

Kajian Literature: Peranan Etika Dalam Suatu Perusahaan Bisnis

Devinda Ramdani¹, Ameliya Ameliya², Agum Murtaib³, Agustiawan Agustiawan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Riau

Alamat: Jl. Tuanku Tambusai

Korespondensi penulis: 210301112@student.umri.ac.id¹, 210301085@student.umri.ac.id²,
210301099@student.umri.ac.id³, agustiawan@umri.ac.id⁴

Abstract. *The purpose of this research is to identify the role of business ethics in the corporate context. The method used in this research is a literature review, which is based on experts' views regarding business ethics and its contribution to the corporate environment. Business ethics can be applied in various aspects. Maintaining trust in collaboration has a significant impact on a company's reputation, both on a micro and macro scale. While it may not provide instant profits, it is considered a long-term investment for the entire business chain.*

Keywords: *business ethics in the company, company environment, company reputation.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peran etika bisnis dalam konteks perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian kepustakaan, yang berdasarkan pada pandangan para ahli mengenai etika bisnis dan kontribusinya dalam lingkungan perusahaan. Etika bisnis dapat diaplikasikan dalam berbagai aspek. Menjaga kepercayaan dalam kolaborasi memiliki dampak signifikan terhadap reputasi perusahaan, baik dalam skala mikro maupun makro. Meskipun mungkin tidak memberikan keuntungan instan, hal ini dianggap sebagai investasi jangka panjang untuk seluruh rangkaian bisnis.

Kata kunci: etika bisnis dalam perusahaan, lingkungan perusahaan, reputasi perusahaan.

LATAR BELAKANG

Ketika suatu bisnis telah memberikan kontribusi positif terhadap kemajuan ekonomi, sosial, dan budaya, disamping itu juga dapat melakukan tindakan yang merugikan akibat perilaku mereka. Dalam berbagai situasi, seseorang cenderung merasa tindakannya benar, sehingga perilaku yang melanggar etika dapat muncul dalam kegiatan perusahaan. Oleh karena itu, kesadaran moral menjadi sangat penting dalam segala kondisi agar keputusan yang diambil tetap memiliki nilai moral. Pertumbuhan pesat dalam dunia bisnis menimbulkan tantangan dan ancaman bagi pelaku usaha untuk tetap kompetitif dan mempertahankan eksistensi perusahaan mereka.

Perusahaan yang ingin berkembang dan meraih keunggulan bersaing harus mampu menyediakan produk atau jasa berkualitas tinggi, harga yang lebih kompetitif, penyerahan yang lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik (Margaretha, 2004). Untuk meraih keberhasilan dalam persaingan bisnis, perusahaan harus dapat mempertahankan pangsa pasar yang dimilikinya dan bahkan merebut pasar yang sudah ada. Hal ini dapat dicapai dengan merancang strategi bisnis yang matang.

Bisnis di Indonesia berkembang karena adanya banyak peluang bisnis. Meskipun demikian, upaya maksimal tetap diperlukan. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, persaingan seharusnya dianggap sebagai motivasi untuk terus meningkatkan kualitas guna memberikan yang terbaik kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat terkait erat dengan etika bisnis, yang mendorong pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam ikatan jangka panjang ini, bisnis dapat memahami kebutuhan dan harapan pelanggan dengan baik. Oleh karena itu, perusahaan berupaya semaksimal mungkin membuat sebanyak mungkin pelanggan merasa puas dan sebisa mungkin mengurangi ketidakpuasan pelanggan.

Dalam konteks lingkungan bisnis yang penuh persaingan dan semakin kompetitif, departemen pemasaran perusahaan senantiasa mencari strategi baru untuk mengatasi atau bahkan melampaui upaya promosi yang dilakukan oleh pesaing. Keterkaitan yang erat antara persaingan usaha, etika bisnis, dan hukum memainkan peran krusial dalam menciptakan persaingan yang sehat. Kegagalan dalam menjalankan peran ini dengan benar dapat mengakibatkan munculnya persaingan yang tidak sehat. Adanya aturan dan sanksi menjadi kunci untuk mencegah pelanggaran etika bisnis. Jika tindakan yang tidak etis dibiarkan tanpa penegakan aturan, dapat menjadi kebiasaan yang merugikan. Stress akibat norma yang salah ini dapat berkembang menjadi budaya yang merugikan. Oleh karena itu, pelanggaran aturan harus mendapatkan pembelajaran. Sebagai entitas dalam masyarakat, bisnis juga diharapkan untuk mengikuti standar moral yang berlaku.

Perusahaan sangat memerlukan etika bisnis karena kesuksesan tidak hanya ditentukan oleh moral dan manajemen yang baik, melainkan juga oleh etika bisnis yang terjaga. Perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk menjaga kualitas produk atau layanan dan memenuhi permintaan pasar dengan cara yang dianggap baik oleh masyarakat. Meskipun peraturan memberikan arahan, seringkali terjadi penyalahgunaan untuk tindakan yang melanggar etika bisnis. Pada dasarnya, etika bisnis memberikan keuntungan jangka menengah dan panjang karena dapat menghemat biaya, meningkatkan semangat karyawan, dan menjaga kepercayaan konsumen. Perusahaan yang menerapkan prinsip etika bisnis biasanya memiliki tingkat kepuasan karyawan yang tinggi, terutama jika mereka menghindari praktik-praktik tidak etis seperti diskriminasi dalam kompensasi dan promosi. Karyawan yang berkualitas tinggi dianggap sebagai aset yang sangat berharga, dan perusahaan harus berupaya untuk mempertahankan mereka sebanyak mungkin.

Tidak diragukan bahwa perusahaan yang terlibat dalam tindakan tidak etis akan menarik reaksi negatif dari pelanggan dan masyarakat, yang dapat mengakibatkan dampak

tidak produktif seperti boikot, larangan distribusi, dan larangan operasional. Hal ini berpotensi mengurangi nilai perusahaan dan volume penjualan. Perusahaan yang memberi prioritas pada etika umumnya menciptakan lingkungan di mana karyawan merasa puas, terutama ketika mereka tidak terkena tindakan tidak etis seperti perlakuan tidak adil dalam sistem kompensasi dan promosi. Dengan mempertimbangkan konteks di atas, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki peran etika bisnis dalam konteks perusahaan bisnis

Menurut Wahyu dan Ostaria (2006), etika dapat dijelaskan sebagai cabang utama dalam filsafat yang mempelajari kualitas atau nilai, berasal dari kata "Ethikos" dalam bahasa Yunani kuno yang berarti "timbul dari kebiasaan". Konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab menjadi fokus dalam etika, dan dipelajari serta diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Bekum (2004), etika dapat didefinisikan sebagai kumpulan prinsip moral yang membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Sebagai bidang ilmu normatif, etika memiliki tugas untuk menetapkan tindakan yang dianggap baik atau buruk bagi individu.

Bertens (2004:6) memberikan analisis bahwa etika terdiri dari tiga posisi, yaitu sistem nilai, kode etik, dan filsafat moral. Sistem nilai mencakup norma dan nilai yang digunakan individu atau kelompok untuk mengatur perilaku mereka. Kode etik berupa kumpulan prinsip atau nilai moral yang menjadi pedoman dalam bertindak, sedangkan filsafat moral membahas pengetahuan tentang apa yang benar atau salah. Dalam konteks ini, terdapat keterkaitan antara kebudayaan sebagai ekspresi dan etika sebagai sistem filosofis.

Lebih lanjut, filsafat digunakan untuk memahami alasan mengapa manusia hidup di dunia dan mengatur tingkat mikrokosmos dan makrokosmos. Konsep dasar filsafat, sebagai sistem pemikiran, menjadi alat untuk mempelajari etika dalam konteks keseimbangan antara cipta, rasa, dan karsa. Ontologi, epistemologi, dan aksiologi menjadi landasan pemikiran yang mendasari hubungan ini.

Sementara itu, bisnis dijelaskan sebagai perusahaan yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan tujuan mendapatkan laba, sesuai dengan pendapat Griffin dan Ebert (2008:4). Sukirno (2010:20) menyebutkan bahwa bisnis adalah usaha yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam pandangan Madura (2010:2), bisnis adalah organisasi yang didirikan untuk menyediakan pelanggan dengan barang dan jasa. Setiap bisnis melibatkan interaksi dengan orang, dan karena bisnis membutuhkan kerja sama lintas fungsional, manajer dari berbagai fungsi memiliki peran penting dalam memaksimalkan keuntungan untuk mencapai tujuan bersama.

KAJIAN TEORITIS

Etika bisnis adalah cabang dari filsafat yang mengkaji nilai atau kualitas dalam konteks kegiatan bisnis. Menurut Wahyu dan Ostaria (2006), etika bisnis melibatkan analisis dan penerapan konsep-konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. Hal ini mencakup pemahaman mengenai apa yang dianggap baik atau buruk, serta hak dan kewajiban moral dalam dunia bisnis.

Bekum (2004) mendefinisikan etika sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan antara tindakan yang baik dan yang buruk. Etika bersifat normatif, artinya ia berperan dalam menentukan standar moral atau nilai yang seharusnya diikuti oleh individu atau kelompok. Ini menciptakan panduan mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam konteks moral.

Berdasarkan analisis Bertens (2004:6), terdapat tiga posisi utama dalam konsep etika:

1. **Sistem Nilai:** Etika sebagai sistem nilai mencakup nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi individu atau kelompok dalam mengatur perilaku mereka. Nilai-nilai ini menjadi dasar bagi pembentukan moral dan tindakan dalam lingkup bisnis.
2. **Kode Etik:** Etika sebagai kode etik merujuk pada kumpulan asas atau nilai moral yang diakui dan diikuti oleh suatu kelompok atau profesi tertentu. Kode etik memberikan pedoman tentang perilaku yang diharapkan dan diterima dalam konteks bisnis.
3. **Filsafat Moral:** Etika sebagai filsafat moral merupakan landasan atau teori yang mendasari nilai-nilai moral. Ini mencakup pemahaman lebih mendalam tentang prinsip-prinsip moral dan dasar filosofis yang melandasi tindakan bisnis.

Dengan demikian, etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan aturan formal, tetapi juga mencakup pemahaman mendalam tentang nilai-nilai, prinsip-prinsip moral, dan filosofi yang membimbing perilaku bisnis. Etika bisnis berusaha untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil, bermoral, dan bertanggung jawab secara sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kajian kepustakaan (library research) sebagai pendekatan utama. Pendekatan ini didasarkan pada pemahaman dan analisis berbagai sumber literatur yang relevan, dengan fokus pada pendapat pakar mengenai peran dan etika bisnis. Metode ini memungkinkan peneliti untuk merinci dan menyusun pemahaman yang mendalam mengenai topik penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui sumber sekunder, yaitu data yang telah terdokumentasi dalam bentuk laporan, artikel, dan temuan penelitian sebelumnya.

Sumber-sumber ini berasal dari literatur-literatur yang terdapat dalam perpustakaan dan basis data elektronik. Data sekunder ini menjadi dasar untuk memahami peran etika bisnis dalam konteks perusahaan bisnis.

Fokus penelitian adalah peran etika bisnis, yang merupakan inti dari analisis dalam penelitian ini. Melalui kajian kepustakaan, peneliti berupaya memahami bagaimana etika bisnis berkontribusi terhadap kesehatan dan keberlanjutan perusahaan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyusun pemahaman holistik mengenai teori, pandangan, dan temuan yang telah dikemukakan oleh pakar-pakar di bidang etika bisnis.

Dengan menggunakan metode kajian kepustakaan, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan pemahaman yang komprehensif tentang peran etika bisnis dalam perusahaan bisnis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi dari berbagai sumber literatur dan mengembangkan pemahaman yang kokoh terkait dengan konsep dan implementasi etika bisnis dalam dunia korporat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Judul	Jurnal	Penulis	Hasil Dan Pembahasan
Peran Etika Dalam Menghadapi Global Warming Di Era Globalisasi	Jurnal Ilmiah Multidisiplin	Khristarini Mariana	Menurut PP nomor 41 tahun 1999, pencemaran udara adalah masuknya atau dimasukkannya zat, energi, dan/atau komponen lain ke dalam udara ambien oleh kegiatan manusia. Akibatnya, kualitas udara ambien menurun sampai ke tingkat yang menyebabkan udara ambien tidak dapat memenuhi fungsinya. Pencemaran udara sendiri berdampak pada lingkungan, tidak hanya terjadi di sekitar kita, tetapi juga terjadi di seluruh dunia, berdampak pada perubahan iklim dan pemanasan global. Pemanasan global adalah masalah yang sudah lama ada dan berdampak negatif pada kehidupan manusia. Satu dampak pemanasan global adalah mencairnya es di kutub; mencairnya es mengakibatkan naiknya permukaan laut, yang berdampak pada banyak daratan yang terkena bencana banjir.
Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Maspoen	Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan	Anggun Adelia Pratiwi & Taufik Kurniawan	Etika bisnis adalah subkategori etika terapan yang memeriksa dan mengawasi peraturan moral dan etika bisnis. Kursi ini mencakup semua aspek produksi, manajemen, keuangan, dan pemasaran.

	Akuntansi		Perencanaan strategis, struktur organisasi yang terdefinisi dengan baik, dan prosedur yang transparan selalu didukung oleh budaya dan etika perusahaan yang kuat. Richard De George mengatakan bahwa tiga hal yang diperlukan untuk sebuah perusahaan yang sukses: - Memiliki produk yang bagus - Memiliki manajemen yang baik - Berbudi luhur. Maspion memiliki etos kerja yang selalu dipatuhi oleh seluruh karyawannya untuk menjadi perusahaan yang hebat: - Kemampuan, Ketekunan, dan Kesetiaan kepada Maspion. - Memimpin pasar dengan memberikan keunggulan kompetitif kepada semua konsumen. - Kesatuan. - Pertumbuhan berkelanjutan. - Kemandirian.
Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya Dalam Kemajuan Perusahaan	Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis	Andres Dharma Nurhalim	Segmentasi etika terapan yang dikenal sebagai etika bisnis berusaha untuk mengatur dan memeriksa aturan moral dan etika perusahaan. Selain itu, ia menyelidiki seberapa baik atau buruk badan usaha menangani masalah moral dan etika dan menunjukkan apa yang salah dalam proses alami mereka. Ini mencakup semua aspek bisnis, mulai dari produksi hingga keuangan, pemasaran, dan administrasi. Ini juga berlaku untuk berbagai industri, dan dapat berfungsi sebagai standar disiplin atau deskriptif. Etika bisnis sangat penting untuk membangun perusahaan yang kokoh, bersaing, dan menciptakan nilai yang tinggi. Untuk mencapai semua ini, diperlukan landasan yang kokoh. dari perusahaan
Peranan Etika Bisnis Dalam Tantangan Strategi Bisnis Di CV. Inti Motor	Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)	Ibnu Khoirudin, Fathan Ahlul Haq, Ananda Nur Wahit, Elsa Nur Safitri, Nur Sahid Gatot Nugroho, Aris Prio Agus	Di tengah perkembangan industri di era globalisasi, perusahaan harus mempertimbangkan etika dalam menjalankan bisnis mereka selain keuntungan finansial. Studi ini menunjukkan bahwa CV. Inti Motor sangat menyadari pentingnya etika bisnis dalam menangani masalah strategis di industri sparepart mobil. Kebijakan dan pengambilan keputusan strategis perusahaan mencerminkan prinsip etis

		Santoso	seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial. Inti Motor memerlukan pendekatan yang terintegrasi untuk mengatasi masalah strategi CV. Ini melibatkan analisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi bisnis, seperti persaingan industri, perubahan pasar, dan faktor ekonomi. Pokok-pokok etika mengatur hal-hal berikut dan bagaimana etika bisnis diterapkan dalam interaksi sehari-hari antara manajemen, karyawan, dan kebijakan operasional perusahaan.
Peranan Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis Internasional	Jurnal Ekonomi Manajemen	Siti Nur Hazizah & Nuri Aslami	Karena bisnis internasional sudah tersebar luas, perusahaan dan negara dapat menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Bisnis internasional tidak dapat dihindari di negara mana pun. Aktivitas tersebut juga menguntungkan masyarakatnya. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa setiap negara bersaing untuk memasuki pasar internasional. Namun saat ini, bisnis internasional tidak hanya berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat terpenuhi di negara mereka sendiri, tetapi juga bekerja sama satu sama lain. Kegiatan ekspor dan impor mampu menciptakan lapangan kerja baru, mendorong industrialisasi, kemajuan dalam transportasi, dan kehadiran bisnis internasional di negara kita, antara lain. Karena budaya dan aturan yang berbeda dari setiap negara, menjalankan bisnis internasional membutuhkan etika bisnis yang tepat.
Implementasi Etika Bisnis Dalam Perusahaan Di Indonesia Pada Era Modern	Business and Investment Review (BIREV)	Jupensius Rudi & Imam Mukhlis	Etika bisnis adalah bagian dari etika terapan yang berusaha untuk mengontrol dan mengecek peraturan etika dan moral organisasi serta seberapa bagus atau jelek usaha. Ini juga membahas konflik etika dan moral yang menunjukkan mana yang salah dalam proses alami, mulai dari produksi, pemasaran hingga keuangan. Hal ini berlaku untuk industri normatif dan deskriptif. Selain itu, etika bisnis industri sangat penting untuk membentuk industri yang kuat, penuh energi, dan memiliki keahlian untuk menghasilkan nilai yang

			besar. Untuk mencapai semua ini, diperlukan landasan yang kuat, yaitu perencanaan, organisasi yang baik, transparansi, dan pelaksanaan etika industri 101 secara konsisten.
Peran Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Kinerja Lembaga Keuangan Syariah	Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat	Bahtiar Efendi & M. Trihudiyatmanto	Penelitian ini melibatkan pegawai pria dan wanita dari BMT Ummat Sejahtera Kabupaten Banjarnegara. Kuisioner didistribusikan ke Kantor Pusat dan beberapa cabang BMT Ummat Sejahtera di Kabupaten Banjarnegara untuk tujuan penelitian ini. Penelitian ini melibatkan 105 responden. Model Persamaan Struktural (SEM) digunakan untuk menganalisis data.
Peran Etika Bisnis Terhadap Reputasi Perusahaan	Majalah Inspiratif,	Halimatul iklimah, Reskya Herru Putra Yudhianto, Yuswan Adi Nugroho, M.Sokhi Agil Al Habsy, Naura Belva Zain SN & Andriano Pradita	Nilai, norma, dan perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan dan pimpinan yang mencerminkan kejujuran, integritas, dan tanggung jawab dalam menjalankan bisnis dapat dibentuk oleh etika bisnis. Ini dapat menghasilkan hubungan yang adil dan sehat baik dengan rekan kerja maupun dengan pemasok, pemerintah, konsumen, dan masyarakat umum. Perusahaan dapat menghemat uang dengan menerapkan etika bisnis untuk mencegah kerusakan atau gangguan internal dan eksternal yang dapat merugikan. Perusahaan diharapkan dapat menghindari tindakan tidak etis seperti korupsi, manipulasi data, penipuan, pencurian, dan sebagainya dengan menerapkan etika bisnis. Karyawan dapat dimotivasi untuk terus berkembang, meningkatkan kualitas kerja, dan lebih loyal kepada perusahaan karena etika bisnis. Karyawan yang bekerja dengan etika bisnis dapat merasa dihargai dan dihormati dan memiliki kesempatan untuk berkontribusi pada pencapaian tujuan perusahaan. dari tindakan yang melanggar
Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Repeat Order Konsumen	Journal of Islamic Economics and Finance Studies	Mirna Rafki, Idris Parakkas & Sirajuddin	Sebagai hasil dari observasi dan wawancara yang dilakukan di CV. Sibuh Kabupaten Soppeng, tampak bahwa CV. Sibuh Kabupaten Soppeng menunjukkan bahwa mekanisme operasional perusahaan berfokus pada dua hal, yaitu layanan dan pemasaran, dan bahwa ada beberapa indikator yang membantu CV. Sibuh Kabupaten Soppeng menumbuhkan kepercayaan pelanggan.
Peran Etika	Journal of	Hamka &	Semua pernyataan dalam instrumen

Bisnis Islam dalam Meningkatkan Keuntungan Pengusaha Laundry Kelurahan Bontoduri Kota Makassar	Managemen t	Nur Asia Hamid	penelitian diuji validitasnya dengan mengkorelasikan skor mereka dengan skor total kuesioner.
Peranan Etika Bisnis Dalam Membangun Budaya Kerja Yang Sehat di PT Link Net Tbk	Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis	Sulistyo, Aprillia Putri Kusumaningrum, Chicha Adita Maharani, Diky Agus Wiranto, Erlin Rahmawati, & Aris Prio Agus Santoso	Di tengah perkembangan industri di era globalisasi, perusahaan harus mempertimbangkan etika dalam menjalankan bisnis mereka selain keuntungan finansial. Kursis ini membahas semua divisi PT Link Net Tbk, mulai dari Konstruksi, Dukungan, Urusan Umum, Keuangan, dan Perdagangan. Perilaku perusahaan yang kuat dan diterapkan secara teratur mendukung penuh perencanaan strategis dan struktur organisasi yang transparan. Pokok-pokok etika mengatur hal-hal berikut dan bagaimana etika bisnis diterapkan dalam interaksi sehari-hari antara manajemen, karyawan, dan kebijakan operasional perusahaan. 1. Etika Kerja Karyawan 2. Etika Usaha 3. Budaya Kerja di PT Link Net Tbk
Peran etika bisnis dalam digital marketing : Literatur Review	Ethics and Law Journal: Business and Notary (ELJBN)	Moh. Hefni Munawar	Peran etika bisnis dalam digital marketing ditunjukkan oleh temuan studi dari enam jurnal di atas. Aviatri & Nilasari (2021) mengatakan bahwa etika bisnis adalah pertimbangan tentang apa yang etis dan etis untuk diterapkan di perusahaan. Perusahaan tidak dapat bertahan lama jika tidak menerapkan etika bisnis dan hukum negara. Menurut Arisandi & Abadi (2017), kampus Doa memiliki tiga strategi untuk membangun pengusaha yang tangguh dan sukses. Mereka juga mengajarkan anggota mereka beberapa prinsip etika bisnis islam yang dapat diterapkan dalam bisnis mereka.
Peranan Etika Dan Tanggung Jawab Sosial	Prosiding Webinar Nasional Pekan	I Kadek Agus Satyawan, Ni Putu	Bisnis dapat dilakukan secara kolektif dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Produksi, penjualan, dan pembelian barang dan jasa adalah contoh operasi bisnis ini.

Dalam Bisnis	Ilmiah Pelajar (PILAR)	Nopiari, I Gusti Ngurah Putu Wiratama, & Putu Ayu Anggya Agustina,	Kegiatan bisnis tidak hanya dilakukan di dalam negeri tetapi juga di seluruh dunia. Perdagangan barang, jasa, teknologi, modal, dan pengetahuan lintas batas negara dikenal sebagai bisnis internasional. Ini tidak dapat dihindari di negara mana pun karena bisnis internasional telah menyebar luas dan memberikan sumber daya bagi bisnis dan negara untuk memenuhi kebutuhan mereka. Bisnis internasional dapat menghasilkan lapangan kerja baru, industrialisasi, kemajuan transportasi, dan kehadiran perusahaan internasional di negara kita. Bisnis internasional memerlukan etika bisnis yang tepat. Salah satunya adalah etika bisnis, yang berarti bersikap jujur, menyebutkan nama orang ketika bertemu dengan orang yang bekerja dengan Anda, berpakaian dengan baik, menggunakan bahasa yang baik, berdiri saat berjabat tangan, membayar biaya pertemuan, dan mengucapkan terima kasih.
Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi	ManBiz: Journal of Management & Business	Muhammad Andre Alkahfi & Zuhri M Nawawi	Sebelum semuanya, kita harus menyadari betapa pentingnya etika dalam bisnis, dan bagaimana etika memainkan peran yang signifikan dalam keberhasilan organisasi. Masalah etika bisnis mungkin sangat berbeda sesuai dengan tujuan perusahaan. Itu karena organisasi memiliki banyak bidang keahlian yang berbeda dan masalah etika yang berbeda. Etika bisnis di bidang akuntansi (accounting ethics), keuangan (finance ethics), produksi dan pemasaran (production and marketing ethics), dan teknologi informasi adalah beberapa masalah etika bisnis yang dihadapi di beberapa area operasional perusahaan.

Menurut tinjauan jurnal yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa menerapkan etika bisnis di perusahaan memiliki banyak keuntungan. Pertama dan terpenting, menerapkan etika bisnis dapat meningkatkan reputasi perusahaan di masyarakat. Selain itu, penerapan etika bisnis yang kuat membantu perusahaan menjaga hubungan yang baik dengan pemegang saham, mitra bisnis, dan karyawannya. Standar etika yang jelas memungkinkan perusahaan menciptakan lingkungan kerja yang sehat, mengurangi konflik kepentingan, dan meningkatkan kolaborasi dengan mitra bisnis.

Dalam konteks bisnis, etika bisnis sangat penting dan strategis dalam menentukan citra perusahaan. Tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh perusahaan akan meningkat ketika perusahaan dapat menerapkan etika bisnis yang baik dan tidak toleran terhadap pelanggaran yang tidak etis dalam bentuk apa pun.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa segmentasi etika terapan, yang dikenal sebagai etika bisnis, memiliki tujuan untuk mengatur dan memeriksa struktur moral dan etika di dalam perusahaan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana badan usaha dapat menangani masalah moral dan etika serta mengidentifikasi ketidaksesuaian dalam proses alamiah yang terjadi. Cakupan penelitian melibatkan seluruh aspek bisnis, termasuk produksi, keuangan, pemasaran, dan administrasi. Etika bisnis juga diterapkan secara universal pada berbagai industri dan dapat berfungsi sebagai standar dalam disiplin atau deskriptif.

Lebih lanjut, penelitian ini menekankan pentingnya etika bisnis dalam membangun perusahaan yang kuat, bersaing, dan menciptakan nilai yang tinggi. Untuk mencapai hal ini, diperlukan fondasi yang kokoh, yang umumnya dimulai dengan perencanaan strategis, organisasi yang efisien, sistem prosedur yang transparan, dan budaya perusahaan yang kuat. Penerapan etika perusahaan secara teratur dan konsisten menjadi kunci untuk mencapai tujuan ini.

Menurut Richard De George, penelitian ini menyoroti tiga persyaratan utama yang harus dipenuhi oleh bisnis agar berhasil dan sukses, yaitu memiliki produk yang berkualitas, manajemen yang efisien, dan moral yang terjaga. Persyaratan ini mencerminkan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya bergantung pada aspek ekonomi dan manajerial, tetapi juga sangat terkait dengan integritas moral dan etika perusahaan. Dengan memenuhi ketiga persyaratan ini, bisnis dapat membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang dan pencapaian kesuksesan yang berkelanjutan.

Tiga komponen utama bisnis adalah ekonomi, hukum, dan etika.

a) Perspektif Ekonomi

Dalam perspektif ekonomi, bisnis dianggap sebagai kegiatan ekonomis. Interaksi antara produsen, karyawan, pelanggan, dan pihak lain dalam organisasi merupakan bagian integral dari kegiatan ekonomis ini. Fokus utama dalam bisnis adalah pencarian keuntungan, di mana berbagai pihak berkontribusi secara saling tergantung. Namun, bisnis yang dianggap baik dari sudut pandang ekonomi bukan hanya yang mampu menghasilkan keuntungan, melainkan juga memiliki kualitas etis yang tinggi.

b) Perspektif Moral

Dalam perspektif moral, bisnis yang mengedepankan keuntungan dianggap wajar, tetapi perlu diingat bahwa keuntungan tersebut tidak boleh merugikan pihak lain. Penting untuk memahami bahwa tidak semua tindakan yang dapat dilakukan seharusnya dilakukan semata-mata demi keuntungan satu pihak. Dalam perspektif moral, prinsip menghormati hak dan kepentingan orang lain menjadi krusial. Mengejar keuntungan harus dilakukan dengan tetap mempertimbangkan etika dan menjaga agar kepentingan bisnis tidak merugikan orang lain.

c) Perspektif Hukum

Perspektif hukum dalam kegiatan bisnis terkait dengan Hukum Dagang atau Hukum Bisnis, yang merupakan cabang penting dalam ilmu hukum modern. Banyak masalah yang muncul dalam praktik hukum terkait hubungan bisnis, baik di tingkat nasional maupun internasional. Hukum bisnis, serupa dengan etika, memiliki pandangan normatif karena menetapkan norma-norma yang harus diikuti. Dalam kacamata normatif, hukum lebih jelas dan pasti dibandingkan dengan etika, karena undang-undang memiliki ketentuan yang jelas dan sanksi yang ditetapkan untuk pelanggaran.

1. Peran Etika Bisnis

Etika bisnis adalah bagian dari etika terapan yang fokus pada pengaturan moral dan etika perusahaan. Ini mencakup semua aspek bisnis, termasuk administrasi, keuangan, dan pemasaran, serta produksi. Ini juga berlaku untuk berbagai industri, dan dapat berfungsi sebagai standar disiplin atau deskriptif. Etika bisnis sangat penting untuk membangun perusahaan yang kokoh, bersaing, dan menciptakan nilai yang tinggi. Untuk mencapai semua ini, diperlukan landasan yang kokoh. Dan biasanya dimulai dengan perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan, dan budaya perusahaan yang solid yang didukung oleh penerapan etika perusahaan secara teratur dan konsisten. Menurut Richard De George, bisnis harus memenuhi tiga syarat utama untuk berhasil dan sukses, yaitu:

- a) Memiliki produk yang baik
- b) Memiliki manajemen yang baik
- c) Memiliki etika

Tiga aspek utama bisnis adalah sebagai berikut: ekonomi, hukum, dan etika.

1) Pandang ekonomis

Kegiatan ekonomi bersifat bisnis. Di sini terjadi komunikasi antara produsen dan karyawan, pelanggan, dan produsen dalam organisasi. Karena itu, kegiatan antar manusia ini adalah kegiatan ekonomis. Dalam bisnis, pencarian keuntungan dilakukan melalui interaksi

antara berbagai pihak, bukan satu pihak. Dari sudut pandang ekonomis, bisnis yang baik adalah bisnis yang bukan saja menghasilkan keuntungan tetapi juga berkualitas etis.

2) Pandang etika

Sangat wajar bagi bisnis untuk berfokus pada keuntungan, tetapi jangan sampai keuntungan tersebut merugikan pihak lain. Selain itu, tidak boleh melakukan semua yang dapat kita lakukan. Kita harus menghormati kepentingan dan hak orang lain, dan jelas bahwa kita tidak dirugikan karena menghormati kepentingan dan hak orang lain juga perlu dilakukan demi kepentingan bisnis kita sendiri.

3) Pandang Hukum

Selain itu, kegiatan bisnis juga terikat dengan "Hukum", yaitu hukum dagang atau hukum bisnis, yang merupakan cabang ilmu hukum kontemporer yang sangat penting. Dan dalam praktik hukum, banyak masalah muncul dalam hubungan bisnis, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Hukum, seperti etika, juga merupakan sudut pandang normatif, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dari sudut pandang norma, hukum lebih jelas dan pasti daripada etika, karena undang-undang jelas dan memiliki sanksi tertentu untuk pelanggaran.

2. Fungsi Bisnis dan Etika Terhadap Perusahaan

Etika memainkan peran sentral dalam memengaruhi kemajuan dan integritas sebuah perusahaan. Dalam berbagai fungsi perusahaan, terdapat tantangan etika yang beragam. Berikut adalah beberapa contoh permasalahan etika dalam berbagai bidang operasional perusahaan:

1) Etika Bisnis dalam Akuntansi:

Prinsip Etika nya adalah Keharusan Kejujuran karena Akuntansi, sebagai inti bisnis, memerlukan kejujuran yang tinggi. Praktik akuntansi yang tidak etis, seperti manipulasi data untuk menyusun laporan keuangan palsu, dianggap melanggar prinsip kejujuran. Melaporkan informasi keuangan yang akurat dan transparan adalah kunci integritas dalam akuntansi.

2) Etika Bisnis di Bidang Keuangan:

Prinsip Etika adalah Keterbukaan dan Kewajaran Karena Skandal keuangan sering kali terkait dengan praktik tidak etis, seperti window dressing dalam laporan keuangan. Praktik ini menciptakan gambaran palsu tentang kondisi keuangan perusahaan untuk mendapatkan kredit dengan menunjukkan rasio keuangan yang lebih baik daripada yang sebenarnya. Penggelembungan nilai agunan juga merupakan pelanggaran terhadap prinsip keterbukaan dan kewajaran.

3) Etika Bisnis di Bidang Produksi dan Pemasaran (Production and Marketing Ethics):

Prinsip Etika adalah Perlindungan Konsumen dan Keterbukaan karena Prinsip etika bisnis dalam produksi dan pemasaran mencakup perlindungan konsumen dari praktik tidak etis. Melanggar hak konsumen dengan memproduksi atau memasarkan barang yang tidak sesuai dengan standar atau memberikan informasi yang menyesatkan melanggar prinsip etika ini.

4) Etika Bisnis di Bidang Teknologi Informasi:

Prinsip Etika adalah Privasi dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, Dalam era teknologi informasi, etika bisnis menuntut perlindungan privasi dan hak kekayaan intelektual. Pengumpulan, penyimpanan, dan akses terhadap informasi harus memperhatikan privasi individu. Perlindungan hak cipta untuk perangkat lunak, musik, dan hak kekayaan intelektual lainnya juga menjadi prinsip etika yang penting.

Praktik etika bisnis yang konsisten dalam semua bidang operasional perusahaan adalah kunci untuk membangun reputasi yang baik dan memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang

ETIKA BISNIS DI INDONESIA

Etika bisnis di Indonesia tidak hanya merupakan konsep baru, tetapi telah menjadi bagian integral dari kehidupan bisnis sejak awal perkembangan ekonomi di negara ini. Nilai-nilai etika bisnis telah diakui dan dihargai oleh masyarakat Indonesia, yang selalu mempertimbangkan aspek untung-rugi dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Sejak berlakunya Undang-Undang Dasar 1945, khususnya Pasal 33, etika bisnis mendapatkan perhatian khusus di Indonesia. Pasal 33 UUD 45 menegaskan pesan moral dan amanat etis bahwa pembangunan ekonomi negara Republik Indonesia dilakukan semata-mata untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia, yang menjadi subjek utama pembangunan ekonomi.

Pentingnya etika bisnis di Indonesia dapat dijelaskan melalui beberapa poin:

1. Warisan Budaya:

Sejak zaman dahulu, masyarakat Indonesia telah memandang untung-rugi dalam konteks bisnis. Namun, budaya damai masyarakat Indonesia juga mendorong penghindaran konflik demi kepentingan bersama.

2. Pasal 33 UUD 45:

Pasal 33 UUD 45 memberikan landasan hukum yang menggarisbawahi pentingnya etika bisnis dengan menekankan bahwa pembangunan ekonomi harus mengutamakan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

3. Kesejahteraan Bersama:

Etika bisnis di Indonesia tidak hanya ditujukan untuk kepentingan individu tertentu di posisi strategis, tetapi untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia. Konsep ini mencerminkan semangat gotong royong dan kebersamaan dalam bisnis.

4. Hambatan Budaya dan Sosial-Politik:

Meskipun etika bisnis diakui, beberapa hambatan muncul, terutama dalam aspek budaya dan kondisi sosial-politik. Tantangan ini menciptakan dinamika yang perlu diatasi untuk kemajuan etika bisnis di Indonesia.

Dengan demikian, etika bisnis bukan hanya sebuah konsep baru di Indonesia; ia telah melekat dalam nilai-nilai dan budaya bisnis sejak lama. Pengakuan terhadap pentingnya etika bisnis dalam undang-undang dan kesadaran akan kesejahteraan bersama menjadi pendorong utama dalam mengembangkan dan memperkuat praktik etika bisnis di Indonesia

5. Sanksi Pelanggaran Yang Akan Diterima Jika Perusahaan Mengabaikan Etika Bisnis

Penegakan etika dalam bisnis sangat penting untuk menjaga keberlanjutan dan integritas perusahaan. Pelanggaran etika bisa merugikan tidak hanya perusahaan itu sendiri, tetapi juga pesaing dan pelaku usaha lainnya. Sanksi pelanggaran etika dalam bisnis dapat bervariasi tergantung pada jenis pelanggaran dan peraturan yang berlaku. Dalam konteks contoh yang diberikan, terdapat beberapa poin penting terkait sanksi pelanggaran etika dalam bisnis:

1. Pelanggaran dalam Tender:

Pelanggaran yang disebutkan berkaitan dengan kegiatan bisnis yang tidak sah dalam tender, seperti bersekongkol untuk mengatur pemenang tender. Sanksi yang mungkin diterima oleh perusahaan yang terlibat dalam pelanggaran semacam ini termasuk tindakan hukum, denda, dan reputasi buruk. Pasal 22 menyatakan larangan terhadap pelaku usaha untuk bersekongkol dalam pengaturan pemenang tender guna mencegah persaingan usaha tidak sehat.

2. Unsur Bersekongkol:

Unsur bersekongkol mencakup kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam melakukan tindakan penyesuaian dokumen tender. Sanksi dapat melibatkan hukuman pidana, denda, atau diskualifikasi dari proses tender, yang dapat merugikan reputasi dan peluang bisnis perusahaan.

3. Pelanggaran oleh Pegawai Perusahaan:

Pegawai perusahaan yang terlibat dalam pelanggaran etika, termasuk pelanggaran Pedoman Etika Bisnis dan Etika Kerja, dapat dikenai sanksi sesuai dengan Peraturan Disiplin

Pegawai dan aturan kepegawaian yang berlaku. Sanksi dapat mencakup peringatan, suspensi, pemecatan, atau tindakan hukum sesuai dengan kebijakan perusahaan.

4. Pelaporan Pelanggaran:

Pelaporan pelanggaran oleh pegawai tanpa bukti yang memadai juga dapat dikenai sanksi. Ini menekankan pentingnya pelaporan yang jujur dan membawa bukti yang cukup.

5. Peran Kejujuran Pegawai:

Kesimpulan dari contoh pelanggaran tersebut adalah bahwa perusahaan yang menerapkan etika dalam bisnisnya bergantung pada kejujuran para pegawai. Menerapkan etika bisnis tidak hanya sekadar kepatuhan pada aturan, tetapi juga menciptakan budaya di mana para pegawai secara jujur mematuhi pedoman etika dan menciptakan suasana kerja yang positif.

Dengan menerapkan etika dalam bisnis, perusahaan dapat meminimalkan risiko pelanggaran, menjaga reputasi, dan membangun kepercayaan dengan para pemangku kepentingan. Selain itu, sanksi yang diterapkan juga menjadi instrumen penting untuk mendorong kepatuhan terhadap etika bisnis dan menjaga integritas perusahaan.

KESIMPULAN

Etika bisnis merupakan elemen krusial yang tidak dapat dikompromikan dalam lingkup bisnis modern yang penuh persaingan. Perilaku baik atau buruk suatu perusahaan dapat dengan cepat tersebar di era di mana informasi dapat diakses dengan mudah. Untuk bertahan dan berhasil dalam lingkungan bisnis saat ini, perlakuan moral dan jujur terhadap karyawan, pemasok, pemodal, konsumen, dan masyarakat umum menjadi kunci.

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, terdapat kecenderungan beberapa perusahaan mengabaikan prinsip-prinsip etika bisnis demi keuntungan sejenak. Namun, penting untuk diingat bahwa semua komponen dalam ekosistem bisnis saling mempengaruhi, termasuk konsumen, perusahaan, dan pemasok. Dalam hubungan ini, menjaga etika bisnis adalah suatu keharusan agar prinsip kepercayaan dapat dijaga dengan baik.

Mengedepankan etika bisnis tidak hanya tentang kepatuhan pada aturan, tetapi juga menciptakan lingkungan di mana nilai-nilai moral menjadi fondasi dari setiap keputusan dan tindakan. Dengan memperlakukan semua pihak terlibat, baik internal maupun eksternal, dengan integritas dan tanggung jawab, sebuah perusahaan dapat membangun reputasi yang kuat dan memenangkan kepercayaan pelanggan.

Dalam kesimpulan, etika bisnis bukanlah hanya kewajiban moral, tetapi juga strategi yang bijaksana untuk kesinambungan dan keberhasilan jangka panjang. Hanya dengan

menjadikan etika sebagai pilar utama dalam semua aspek operasionalnya, sebuah perusahaan dapat menjelajahi dunia bisnis dengan keyakinan dan memberikan kontribusi positif pada masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR REFERENSI

- Anoraga, P. J. (1996). Pengantar Bisnis Modern, Kajian Dasar Manajemen Perusahaan. . *PT. Dunia PustakaJaya, Jakarta*.
- Bekum Rafik Issa, (. (2004). Etika Bisnis Islami (Terjemahan Muhammad). *Pustaka Belajar, Yogyakarta*.
- Bertens, K. (2004). Etika. Gramedia. Jakarta. B.F. Skinner. (1938). Etika. Gramedia. Jakarta. B.F. Skinner. (1938). *The Behavior of Organisms : An Experimental Analysis*.
- Butarbutar. (2019). Peranan etika dalam bisnis. . *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* .
- Ghani, M. A. (2005). The pritualityin Business. *PENA. Jakarta*.
- Griffin, R. W. (2018). Bisnis , ed 8 jilid 1. *Erlangga. Jakarta. Madura*.
- Halimatul iklimah, R. H. (2024). Peran Etika Bisnis Terhadap Reputasi Perusahaan . *Majalah Inspiratif*.
- Hamid, H. &. (2022). Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Keuntungan Pengusaha Laundry Kelurahan Bontoduri Kota Makassar. *YUME : Journal of Management*.
- I Kadek Agus Satyawan, N. P. (2022). Peranan Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis. *Prosiding Webinar Seminar Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*.
- Jeff. (2001). . Pengantar Bisnis. Edisi Pertama. *Salemba Empat, Jakarta*.
- Kebudayaan., D. P. (2009). Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi kedua. *Balai Pustaka. Jakarta*.
- Kurniawan, A. A. (2022). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Maspoin. *Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*.
- Mariana, K. (1 Januari 2023). Peran Etika Dalam Menghadapi Global Warming Di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Mukhils, J. R. (2023). Implementasi Etika Bisnis Dalam Perusahaan Di Indonesia Pada Era Modern. *Business and Investment Review (BIREV)*.
- Munawar, M. H. (2023). Peran etika bisnis dalam digital marketing : Literatur Review. *Ethics and Law Journal: Business and Notary (ELJBN)*.
- Nawawi, M. A. (2022). Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. *ManBiz: Journal of Management & Business*.
- Nurhalim, A. D. (n.d.). Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya Dalam Kemajuan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*.
- Rafki, M. (2022). Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan . *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*.
- Sadono, S. (2010). Makroekonomi: Teori Pengantar. *Edisi Ketiga. PT. Raja Grasindo Perseda. Jakarta*.

- Straub, J. &. (1994). *Company.Introductionto Business. California: Wadworth Publishing Company.*
- Sulistyo, A. P. (2024). Peranan Etika Bisnis Dalam Membangun Budaya Kerja Yang Sehat di PT Link Net Tbk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis.*
- Trihudiyatmanto, B. E. (2020). Peran Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Kinerja. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.*
- Wahyu, Y. I. (2006). *Kamus Pintar Bahasa Indonesia. Kharisma Publishing Group. Batam.*