



Peranan Etika Bisnis Dalam Dunia Usaha

Fitri Handayani^{1,*}, Arief Nugroho²¹Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Indonesia²Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Fakultas Manajemen, IndonesiaEmail: fitri.handayani@ugm.ac.id¹, arief.nugroho@its.ac.id²**INFORMASI ARTIKEL****HISTORI ARTIKEL**

Received: (9-9-2025)

Revised: (23-09-2025)

Accepted: (7-10-2025)

Kata Kunci

Kata Kunci 1; Business

Kata Kunci 2; Corporate
Ethics**ABSTRAK**

The aim of this study is to find out the role of business ethics in a commercial company. The study uses a library research method, in which research is based on expert assessments of business ethics and its importance to the company. This business ethic can be applied in any field. Keeping each other's trust in collaboration will have a huge impact on the company's reputation, both in the micro and macro worlds. Of course, this won't yield a quick return, but it's a long-term investment for the entire business circle.

1. Pendahuluan

Dalam melakukan bisnis, tentu saja, etika bisnis sangat penting untuk memenuhi tujuan perusahaan yang ditentukan. Bisnis berbasis etika adalah bisnis yang ditangani berdasarkan prosedur dan cara berpikir yang sangat baik yang selaras dengan logika dan estetika yang berkembang di masyarakat."Memahami apa yang baik atau salah, dapat diterima atau tidak dapat diterima berdasarkan norma-norma organisasi dan sosial membentuk etika bisnis." (2009). Etika melibatkan operasi komersial yang berkisar dari keseimbangan kerja-hidup untuk menganalisis konsekuensi globalisasi. Dalam lingkungan perusahaan saat ini, manajemen risiko etis akan mengarahkan perusahaan Anda dari krisis dan meningkatkan kinerja keuangan. Seperti yang telah disebutkan di atas, etika bisnis adalah bisnis yang dilakukan dengan metode dan prinsip berdasarkan cara berpikir positif dalam menjalankan bisnisnya. Untuk mengantisipasi risiko yang akan terjadi, dilakukan sesuai dengan prinsip menguntungkan perusahaan tanpa merugikan pihak lain, sampai ada persaingan sifat positif atau sehat, sebagai hasilnya ada harmoni dan keseimbangan harmonis antara pengusaha yang ada. Sementara bisnis telah memberikan kontribusi besar untuk kemajuan ekonomi, sosial, dan budaya, itu juga membawa konsekuensi yang dihasilkan oleh tindakan perusahaan. Dalam berbagai operasi perusahaan, mungkin terjadi pelanggaran etika karena ada kecenderungan bagi orang untuk merasa bahwa mereka adalah yang paling benar dalam berbagai skenario. Oleh karena itu, dalam situasi apa pun, kesadaran moral sangat penting sehingga keputusan yang dibuat dalam kondisi apa pun tetap etis. Dunia bisnis yang berkembang pesat adalah tantangan dan ancaman bagi pengusaha untuk memenangkan persaingan dan memastikan kelangsungan hidup perusahaan mereka. Perusahaan yang ingin berkembang dan mencapai keunggulan kompetitif harus mampu memberikan produk atau layanan yang sangat baik, harga yang lebih rendah dari pesaing mereka, waktu pengiriman



yang lebih cepat, dan layanan yang lebih baik dari saingannya.(Margaretha, 2004). Untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis, perusahaan harus mampu mempertahankan pasar mereka sendiri dan merebut pasar yang ada. Potensi komersial Indonesia yang luas telah mendorong pertumbuhan perusahaan. munculnya keragaman operasi komersil menyarankan bisnis yang menguntungkan. Namun, usaha ini sangat dibutuhkan. Persaingan di perusahaan sangat ketat; oleh karena itu, persaingan harus dihadapkan sebagai motivator untuk meningkatkan kualitas dengan memberikan yang terbaik kepada konsumen. Etika bisnis terkait erat dengan kepuasan konsumen.Etika bisnis memberikan insentif kepada klien untuk menciptakan hubungan yang solid dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, hubungan semacam itu memungkinkan organisasi untuk memahami harapan klien serta kebutuhan mereka dengan benar. dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman klien yang positif dan meminimalisir pengalaman pelanggan yang negatif.Dalam iklim persaingan yang parah yang menantang perhatian pelanggan dan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, bagian pemasaran organisasi akan terus mengejar terobosan baru melalui promosi untuk mengimbangi atau mengalahkan upaya promosi pesaing. Ada hubungan erat antara etika bisnis dan persaingan bisnis; keberadaan masalah hukum dan komponen etika perusahaan sangat penting dalam menentukan implementasi kompetisi yang sehat. Etika bisnis tidak akan rusak jika ada peraturan dan konsekuensi. Jika semua perilaku buruk ditinggalkan, maka umur panjang menjadi kebiasaan. kekhawatiran adalah bahwa norma yang salah ini akan menjadi budaya. oleh karena itu, jika seseorang melanggar aturan, mereka akan dihukum karena menawarkan pelajaran kepada mereka yang terlibat. Sebagai bagian dari masyarakat, bisnis tunduk pada norma-norma yang ada di masyarakat.

Etika bisnis dalam sebuah perusahaan memiliki fungsi yang sangat penting, sebuah perusahaan akan sukses tidak hanya berdasarkan moralitas dan manajemen yang baik, tetapi juga harus memiliki etika bisnis yang baik. Perusahaan harus mampu mempertahankan kualitas dan memenuhi permintaan pasar sesuai dengan apa yang dianggap baik dan disetujui oleh masyarakat.Perilaku tidak etis dalam operasi bisnis sering juga timbul karena peluang yang disediakan oleh undang-undang yang kemudian disetujui dan disalahgunakan dalam implementasinya dan kemudian digunakan sebagai dasar untuk melakukan tindakan yang melanggar etika bisnis. Harus diyakini bahwa pada dasarnya praktik etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik dalam jangka menengah maupun panjang, karena dapat mengurangi biaya yang disebabkan oleh risiko gesekan, baik secara internal maupun eksternal, dapat meningkatkan motivasi karyawan, melindungi prinsip kebebasan bisnis, mampu meningkatkan keunggulan kompetitif. organisasi yang mempertahankan standar etik bisnis yang tinggi, sering termasuk organisasi dengan skor kepuasan kerja yang sangat baik, terutama ketika perusahaan tidak menerima perilaku yang tidak etis, seperti diskriminasi dalam sistem remunerasi atau pola karir. Harus diakui bahwa karyawan yang berkualitas adalah aset yang paling berharga bagi sebuah perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus tetap mempertahankan karyawannya sejauh mungkin. Hubungan tak terelakkan antara bisnis dan masyarakat termasuk etika spesifik dalam kegiatan bisnis, apakah itu etika antara mitra bisnis atau etika perusahaan terhadap masyarakat dalam hubungan langsung atau tidak langsung. Tanpa kita mengenali, sejak munculnya kehidupan sosial, cita-cita yang dianggap mampu membuat orang berperilaku dengan benar diperlukan. Kehadiran masyarakat di dunia bisnis telah menjadi indikator nilai-nilai seperti itu, karena tanpa nilai yang dapat mendukung kesuksesan perusahaan, individu akan berperilaku dengan tepat dan merugikan orang lain, yang akan mengganggu jalannya perusahaan itu sendiri. Norma-norma umum akan global dan universal, tidak diketahui tempat, periode, dan lingkungan peradaban.Ini berarti bahwa standar akan diterapkan di mana-mana, kapan saja, dan dalam setiap pengaturan, sementara norma-normasi unik berlaku untuk tempat, waktu, dan situasi

tertentu, serta mengatur kegiatan di bidang bisnis. Seorang pengusaha, sebagai anggota masyarakat, tidak dapat memisahkan dirinya dari standar dan nilai-nilai yang berlaku untuk masyarakatnya. Ketidakpercayaan dan ketidakpastian yang diterima oleh beberapa pengusaha juga akan mempengaruhi ketidakpedulian bangsa Indonesia secara keseluruhan. Dari sudut pandang etika bisnis, ini penting karena ini adalah pencapaian prinsip-prinsip moral. Para pengusaha sebagian mengakui bahwa jika mereka ingin berkembang dalam bisnis, mereka harus menahan diri dari prinsip standar etika. Saat ini, banyak tindakan pesaing perusahaan jauh dari ideal etika, sehingga bertentangan dengan norma-norma moral. Para pengusaha telah berani mengendalikan beberapa pasar komoditas dengan tidak lagi mengorbankan dekorasi komersial. Skenario ini menjadi lebih bermasalah sebagai akibat dari pendekatan pemerintah, yang memungkinkan beberapa perusahaan untuk mengendalikan sektor industri dari awal sampai akhir. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi dan menentukan aktivitas perusahaan. Bisnis, sebagai kegiatan sosial, dalam banyak hal terhubung dengan kerumitan masyarakat modern.

Dalam bisnis, pencarian keuntungan adalah sah, asalkan tidak merugikan banyak pihak. Jadi, dalam mencapai tujuan dalam bisnis, ada keterbatasan. Hak dan kepentingan orang lain harus dipertimbangkan. Perilaku etis dalam bisnis sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Bisnis yang tidak bermoral akan merugikan bisnis itu sendiri, terutama jika dilihat dari perspektif jangka panjang. Bisnis yang baik tidak hanya menguntungkan, tetapi juga lebih dari keuntungan; itu juga bisnis yang baik secara etis. perilaku yang baik, juga dalam konteks bisnis, adalah tingkah laku yang mematuhi prinsip-prinsip moral. Bisnis juga menjadi masalah hukum. Ada berbagai tantangan yang muncul dalam bisnis, baik di tingkat nasional maupun internasional. Meskipun ada hubungan yang erat antara norma hukum dan norma etika, dua jenis hal ini tidak sama. Kurangnya undang-undang, terkait dengan etika, tidak terbatas pada kesulitan baru, misalnya, karena perbaikan teknologi. Tanpa disadari, pelanggaran etika bisnis prevalen dan umum saat ini. Secara tidak sadar, kita sebenarnya mengamati banyak pelanggaran etika bisnis dalam kegiatan komersial di Indonesia. Selain mendominasi pasar, ada motif lain yang juga mendorong pengusaha untuk melakukan pelanggaran etika bisnis, di antaranya untuk memperluas pangsa pasar serta memperoleh banyak pendapatan. Tidak diragukan lagi, kegiatan yang tidak etis yang dilakukan oleh perusahaan akan menangkap reaksi dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat kontraproduktif, misalnya, melalui gerakan boikot, pembatasan lalu lintas, larangan operasi, dan sebagainya. Ini akan menurunkan nilai penjualan dan nilai perusahaan. Perusahaan yang mempertahankan standar etika bisnis yang tinggi sering termasuk organisasi dengan peringkat kepuasan kerja yang sangat baik, terutama ketika perusahaan tidak menerima perilaku yang tidak etis seperti diskriminasi dalam sistem remunerasi atau pola karir. Berdasarkan latar belakang yang diberikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan studi tentang peran etika bisnis dalam perusahaan bisnis.

2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Etika Bisnis: Etika (bahasa Yunani kuno: "ethikos," yang berarti "sumber kebiasaan"), menurut Wahyu dan Ostaria (2006), adalah cabang utama filsafat yang menyelidiki nilai-nilai atau kualitas. Etika mencakup penyelidikan dan penerapan konsep-konsep seperti benar, salah, baik, jahat, dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu tentang kejahatan serta hak-hak moral dan kewajiban. Menurut Bekum (2004), etika dapat digambarkan sebagai seperangkat aturan moral yang memisahkan baik dari buruk. Dari analisis Bertens (2004), disimpulkan bahwa etika memiliki tiga posisi, yaitu: (1) sistem nilai, yaitu nilai-nilai dan norma yang dimiliki seseorang atau kelompok dalam mengatur perilaku mereka; (2) kode etika, set nilai dasar atau moral; dan (3) filsafat moral, ilmu tentang baik atau jahat. Pada titik ini, kita akan menemukan hubungan antara etika sebagai sistem filsafat dan artikulasi budaya. Selain itu,

filsafat menyelidiki mengapa dan bagaimana manusia hidup di dunia, serta mengatur tingkat mikrokosmos dan makrokosmos. (antar Alam dan Tuhan). Sebagai sistem pemikiran, tentu saja, konsep dasar filosofi diterapkan dalam studi etika dalam hubungan seimbang antara kreativitas, rasa, dan alasan. hubungan didasarkan pada ide-ide ontologi, epistemologi, dan aksiologi.

Bisnis: Menurut Griffin dan Ebert (2008), sebuah bisnis adalah suatu entitas yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual untuk menghasilkan keuntungan. menurut Sukirno (2010), bisnis adalah kegiatan untuk menghasilkan laba. Menurut Madura (2010), bisnis adalah entitas yang diciptakan untuk memproduksi barang dan jasa untuk pelanggan. Setiap bisnis melibatkan orang. orang-orang itu menderita konsekuensi dari bisnis. Kolaborasi lintas fungsi dalam perusahaan dicapai dengan menekankan tuntutan manajer dari berbagai bidang fungsional untuk mengoptimalkan keuntungan sambil mencapai tujuan bersama.

3. Metode Penelitian

Bentuk penelitian ini melibatkan proses penelitian perpustakaan, di mana penelitian didasarkan pada pendapat ahli tentang etika bisnis dan perannya dalam perusahaan..

4. Hasil dan Diskusi

Etika bisnis adalah bagian dari etika terapan yang bertujuan untuk mengatur dan mempelajari keadaan moral dan etika bisnis. ia juga menyelidiki bagaimana baik atau buruk etika perusahaan menangani dilema etika dan moral dan menunjukkan apa yang salah dalam proses alami mereka. Ini mencakup semua bagian dari perusahaan, dari produksi hingga administrasi, keuangan, dan pemasaran. Hal ini juga berlaku untuk berbagai industri dan dapat deskriptif atau normatif di bidang. Ketika datang ke etika bisnis perusahaan, itu memiliki bagian yang sangat signifikan, yaitu untuk membangun perusahaan yang kuat dengan daya saing yang tinggi dan potensi penciptaan nilai yang tinggi, yang membutuhkan dasar yang kuat untuk semuanya. dan biasanya dimulai dengan perencanaan strategis, sistem organisasi yang baik, prosedur yang jelas didukung oleh budaya perusahaan yang dapat diandalkan, serta etika perusahaan yang dijalankan secara konsisten dan sesuai.



Gambar 1.
Piramida Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sudut pandang ekonomis: Apa yang terjadi di sini adalah interaksi antara produsen / perusahaan dan karyawan, produsen dengan konsumen, dan produser dengan produsen dalam organisasi. Keterlibatan antar manusia ini bertujuan untuk keuntungan karena menjadi kegiatan ekonomi.Kejar keuntungan dalam bisnis tidak bersifat unilateral tetapi dilakukan melalui interaksi yang melibatkan berbagai stakeholder. Dari sudut pandang ekonomi, bisnis yang sangat baik bukan hanya perusahaan yang berkembang, tetapi juga bisnis yang

berkelayakan secara etis. tanggung jawab ekonomi organisasi adalah kontribusinya terhadap ekonomi. Sejak hari pertama, sebuah perusahaan harus bernilai, menciptakan keuntungan bagi pemegang saham dan pemilik, yang pada gilirannya mendorong ekonomi yang lebih luas. Perusahaan yang gagal melakukan tugas ekonomi mereka menghambat kemajuan ekonomi dan mengurangi kemungkinan bahwa perusahaan asing akan berinvestasi.

Sudut pandang etika: Dalam bisnis, menjadi berorientasi keuntungan benar-benar logis, tetapi jangan mendapatkan keuntungan itu untuk menguntungkan orang lain. Kita harus menghormati kepentingan dan hak-hak orang lain. perlu disebutkan bahwa dengan melakukannya, kita sendiri tidak akan terluka, karena penghormatan terhadap kepentingan orang lain dan hak juga harus dilakukan untuk tujuan bisnis kita sendiri.

Sudut pandang Hukum: Dapat dipastikan bahwa kegiatan bisnis juga terikat oleh "hukum" hukum komersial atau hukum bisnis, yang merupakan bidang penting ilmu hukum modern. Dan dalam praktek hukum, banyak masalah berkembang dalam hubungan perusahaan di tingkat nasional dan internasional. Dalam hal norma, hukum lebih jelas dan lebih pasti daripada etika karena prinsip-prinsip hukum ditulis hitam putih dan ada hukuman tertentu ketika pelanggaran terjadi. Tingkat tanggung jawab adalah hukum; itu adalah hukum yang mengatur cara bisnis ditangani. Perusahaan dipaksa untuk mematuhi undang-undang atau menghadapi denda yang dikeluarkan oleh pemerintah. Ketika orang memiliki harapan yang tidak memuaskan mereka atau ketika mereka menyadari bahwa mereka bertindak dengan cara yang tidak adil, mereka mungkin perlu mengajukan keluhan ke pengadilan. Kebanyakan hukum perusahaan tidak dimulai sebagai hukum, tetapi itu adalah masalah etika yang menghasilkan kekhawatiran serius dan berulang.

Fungsi dan Etika Bisnis terhadap Perusahaan: Setelah mempelajari kebutuhan etika yang diterapkan pada perusahaan bisnis, tentu saja etika memiliki fungsi yang sangat signifikan dalam kesuksesan perusahaan itu sendiri. Kesulitan etika bisnis yang muncul dalam sebuah perusahaan bervariasi antara fungsi satu perusahaan dan yang lain. Ini karena operasi perusahaan sangat khusus di berbagai bidang profesi, sehingga setiap fungsi perusahaan cenderung memiliki kesulitan etisnya sendiri. Selanjutnya akan dibahas: berbagai masalah etika perusahaan yang terjadi di beberapa bidang fungsi perusahaan, yaitu: etika Bisnis di bidang akuntansi (etika akuntan), keuangan (etika keuangan), etika manufaktur dan pemasaran (etika produksi dan marketing), etika sumber daya manusia, dan teknologi informasi. (Information technology ethics).

Sanksi Pelanggaran Yang Akan Diterima Jika Perusahaan Tidak Menerapkan Etika Didalam Bisnisnya: Jika perusahaan tidak menggunakan etika dalam bisnisnya, pelanggaran etika dapat terjadi di mana saja, termasuk di sektor bisnis. Untuk mendapatkan keuntungan, yang ditentukan dalam Pasal 22, yang berbunyi, "Pengusaha dilarang berkonspirasi dengan pihak lain untuk mengatur atau menentukan pemenang tender sehingga dapat menyebabkan persaingan yang tidak adil bagi perusahaan," Pasal ini menjelaskan apaA tender adalah penawaran untuk menawarkan harga untuk mendorong pekerjaan, untuk memegang barang, atau untuk memberikan layanan. Dan elemen dari konspirasi itu sendiri adalah kerjasama antara dua atau lebih pihak, secara terbuka atau rahasia melakukan tindakan penyesuaian dokumen dengan peserta lain, membandingkan dokumen tender sebelum pengiriman, menciptakan kompetisi, menyetujui dan / atau memfasilitasi terjadinya konspirasinya, tidak menolak untuk melakukan tindakan meskipun tahu atau harus tahu bahwa tindakan tersebut dilakukan untuk diatur untuk memenangkan penawaran tertentu, dan memberikan kesempatan eksklusif oleh penyelenggara atau pihak terkait, langsung atau tidak langsung, kepada pengusaha yang mengikuti penawaran dengan cara yang bertentangan dengan hukum. Yang di atas adalah pelanggaran yang akan diterima oleh perusahaan yang tidak menerapkan etika pada operasi karena melibatkan komponen penipuan. Komisioner dan Direktorat diarahkan oleh anggaran dasar perusahaan dan

keputusan RUPS, sedangkan penetapan sanksi terhadap karyawan perusahaan dilakukan sesuai dengan kesepakatan dalam Peraturan Disiplin Pegawai (PDP) serta peraturan staf yang berlaku. Dari contoh pelanggaran yang disebutkan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa apa yang membuat sebuah perusahaan menerapkan etika dalam bisnisnya bukanlah perusahaan itu sendiri, tetapi kejujuran karyawan yang bekerja di perusahaan sehingga dapat menghasilkan lingkungan kerja yang tenang dan membuat perusahaan menjadi perusahaan yang menerapkan etik dalam bisnis.

Etika Bisnis di Indonesia: Sebagai sesuatu yang tidak baru, etika bisnis ada dalam kaitannya dengan kehadiran bisnis dalam budaya Indonesia, yang berarti bahwa era etika usaha sama dengan yang dilakukan oleh orang Indonesia.

5. Kesimpulan

Dalam dunia komersial yang sangat kompetitif ini, etika bisnis adalah harga kematian yang tidak dapat ditawarkan lagi. Di era keterbukaan dan informasi yang berlimpah saat ini, hal yang positif adalah bahwa dunia perdagangan dapat berkembang dengan cepat dan luas. Menempatkan karyawan, konsumen, pemasok, pembiayaan, dan masyarakat umum secara etis dan jujur adalah satu-satunya cara untuk berhasil di pasar perusahaan saat ini. Etika bisnis mempengaruhi tingkat kepercayaan dalam setiap elemen lingkaran bisnis. Pemasok, perusahaan, dan pelanggan adalah faktor yang berinteraksi. Masing-masing aspek ini harus mempertahankan etika sehingga keyakinan yang merupakan prinsip kerja dapat dibangkitkan dengan baik. Etika bisnis ini dapat diterapkan di setiap bidang. Menjaga kepercayaan satu sama lain dalam kolaborasi akan memiliki dampak besar pada reputasi perusahaan, baik di dunia mikro dan makro. Tentu saja, ini tidak akan menghasilkan penghasilan cepat, tetapi ini adalah investasi jangka panjang untuk seluruh lingkaran bisnis.

References

- Anoraga, Pandji. Janti, Sugastuti. (1996). Pengantar Bisnis Modern, Kajian Dasar Manajemen Perusahaan. PT. Dunia Pustaka Jaya, Jakarta.
- Bekum Rafik Issa, (2004). Etika Bisnis Islami(Terjemahan Muhammad). Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- Bertens, K. (2004). Etika. Gramedia. Jakarta. B.F. Skinner. (1938). The Behavior of Organisms: An Experimental Analysis.
- Cambridge, Massachusetts: B.F. Skinner Foundation. ISBN 1-58390-007-1, ISBN 0-87411487-X.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (2009). Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi kedua. Balai Pustaka. Jakarta.
- Griffin, Ricky W dan Ebert, Ronald J. (2008). Bisnis ,ed 8 jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Madura Jeff, (2001). Pengantar Bisnis. Edisi Pertama. Salemba Empat, Jakarta.
- Muhammad Abdul Ghani, (2005). The Sprituality in Business, PENA. Jakarta
- Straub, J.T. & Attner, R.K. (1994). Introduction to Business. California: Wadsworth Publishing Company.
- Sukirno Sadono. (2010). Makroekonomi : Teori Pengantar. Edisi Ketiga. PT. Raja Grasindo Perseda. Jakarta.
- Wahyu, Y. Istiyono dan Ostaria Silaban. (2006). Kamus Pintar Bahasa Indonesia. Kharisma Publishing Group. Batam.
- Yusanto M.I dan M.K. Widjajakusuma. 2002. Menggagas Bisnis Islami Gema Insani, Jakarta.