

Etika Bisnis: Sebuah Peran dalam Kemajuan Perusahaan

Rifyal Zuhdi Gultom ¹⁾, Yudi Rudi²⁾

Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung
Email: rifyalzuhdi@iainsasbabel.ac.id; yudirudi@iainsasbabel.ac.id

Article

Keywords:
Business Ethics, Morals,
Performance, Company

Article History

Received: Feb. 03, 2026;
Reviewed: Feb. 07, 2026;
Accepted: Feb 08, 2026;
Published: Feb 13, 2026;

Abstract

Business ethics is a concept that exists to apply ethical values in carrying out business activities. In terms of goals, not only profitable business is the main priority, but also business that is morally sound. This study aims to understand the concept of business ethics in general, both the goals and scope of business ethics, and how important it is in advancing a company. The research method used is a qualitative method with a library research approach. Literature study is a method that seeks references relevant to the problems identified. The application of business ethics in a company will also shape behavior that leads to optimal, productive, and more focused performance capabilities for the benefit of all stakeholders, thereby contributing to higher company performance..

Abstrak

Kata Kunci

*Etika Bisnis, Moral,
Kinerja, Perusahaan*

Etika bisnis merupakan konsep yang hadir untuk menerapkan nilai-nilai etis dalam menjalankan suatu aktivitas bisnis. Dalam hal tujuan, tidak hanya bisnis yang memberi keuntungan saja yang menjadi hal utama, tetapi bisnis yang juga baik secara moral. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep etika bisnis secara umum, baik tujuan maupun ruang lingkup etika bisnis serta bagaimana pentingnya dalam memajukan suatu perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Studi literatur yaitu metode yang mencari referensi yang relevan dengan permasalahan yang ditemukan. Penerapan etika bisnis pada perusahaan juga akan membentuk perilaku yang mengarahkan pada kemampuan kinerja yang optimal, produktif dan lebih terarah bagi kepentingan seluruh stakeholders sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap kinerja suatu perusahaan yang lebih tinggi



Copyright ©2026 by Rifyal Zuhdi Gultom, et.al; This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan bagian dari aktivitas ekonomi dan memiliki kontribusi yang sangat penting dalam kaitannya memenuhi kebutuhan manusia. Aktivitas bisnis secara tidak langsung mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia. Secara historis, istilah tentang bisnis berasal dari bahasa Inggris, yakni *business*, yang mempunyai arti usaha, urusan, dan perusahaan, sehingga *business* sendiri kata dasarnya *busy*, yang berarti sibuk dalam mengerjakan yang mendatangkan manfaat, laba atau keuntungan (Sembiring, 2014).

Dikaitkan dengan era saat ini yang begitu modern dan kompleks, sistem ekonomi yang beragam, kegiatan bisnis akan memberikan ruang yang luas bagi entitas perusahaan untuk menjadi perusahaan yang menjanjikan dari segi keuntungan. Namun, seiring berjalannya waktu, ada sebuah fenomena dalam dunia bisnis, hanya aspek keuntungan saja yang menjadi tujuan utama, tanpa memperhatikan aspek-aspek penting lainnya.

Dalam hal ini, seperti melakukan eksploitasi besar-besaran terhadap sumber daya yang tersedia dengan maksud untuk memperoleh keuntungan (*profit*) yang maksimal. Dimana tidak memperhatikan dampak dari pengoperasiannya, maka itu akan mulai disoroti secara etika karena keuntungan yang didapatkan tidak sebanding dengan kerusakan lingkungan sehingga menimbulkan atau bahkan terjadinya ketidakadilan dan kesenjangan sosial (Purnomo, 2015).

Dalam kegiatan bisnis pula, para pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dalam kegiatan bisnis tersebut.

Maka untuk melakukan kegiatan bisnis, sangat penting untuk memperhatikan aspek etika, ini dilakukan agar bisnis yang dilakukan adalah bisnis yang baik. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang mengindahkan serangkaian nilai-nilai luhur yang bersumber dari hati nurani, empati, dan norma-norma. Bisnis bisa disebut etis apabila para pelaku bisnis dalam mengelola bisnisnya melibatkan unsur nuraninya.

Selain itu, bisnis yang dilandasi oleh etika adalah aplikasi nilai-nilai moral di dalam kegiatan bisnis dengan memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholders*. Nilai-nilai dasar pembentuk bisnis diselaraskan dengan nilai-nilai anggota *stakeholders* dengan memperhatikan urgensi kepentingan dan hubungan kepentingan antar *stakeholders* dan dievaluasi menurut kepentingan tujuan bisnis perusahaan tersebut.

Berbicara tentang etika, ialah sebuah ukuran untuk menilai sesuatu baik dan tidak baik akibat dari tindakan, menciptakan manfaat dibandingkan kerugian lebih kepada orang lain, kemampuan menciptakan kebahagiaan bagi orang lain. Etika juga berarti sebagai praktis menimbang perilaku berdasarkan kesesuaian terhadap nilai-nilai atau norma-norma moral. Etika juga bersifat refleksi yaitu menimbang apa yang boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan (Magnis, 1985).

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat (Durin, 2020). Sedangkan menurut Hill dan Jones (1998) Etika bisnis merupakan suatu ajaran

untuk membedakan antara salah dan benar guna memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan masalah moral yang kompleks.

Perilaku etis dalam kegiatan berbisnis adalah sesuatu yang penting demi kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Bisnis yang etis akan memajukan bisnis itu sendiri, sedangkan bisnis yang tidak etis akan merugikan bisnisnya pula, khususnya jika dilihat dari perspektif jangka panjang. Bisnis yang baik bukan saja bisnis yang menguntungkan, tetapi bisnis yang baik adalah selain bisnis tersebut menguntungkan juga bisnis yang baik secara moral sehingga secara tidak akan memajukan suatu entitas perusahaan.

Etika dan Bisnis

Sebelum lebih jauh membahas etika bisnis, maka hal pertama yang perlu diketahui adalah arti etika. Etika berasal dari bahasa Yunani kuno yakni *ethos*, yang memiliki banyak arti seperti karakter, watak, adat. Dalam kamus bahasa Inggris, etika (*ethic*) mengandung empat pengertian. Pertama, etika adalah prinsip tingkah laku yang baik atau kumpulan dari prinsip-prinsip itu. Kedua, etika merupakan sistem prinsip-prinsip atau nilai-nilai moral. Ketiga, dalam kata *ethics* diartikan sebagai kajian tentang hakikat umum moral. Keempat, *ethics* ialah ketentuan-ketentuan atau ukuran-ukuran yang mengatur tingkah laku para anggota profesi (Solly, 1995).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), etika merupakan ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Etika juga diartikan kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Serta diartikan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan masyarakat (KBBI, 2009). Sehingga secara umum, kata 'etika' populer dengan arti sebagai suatu pengkajian tentang moralitas atau nilai dari tindakan moral.

Kemudian menurut Bertens (2004) disimpulkan bahwa etika memiliki tiga posisi, yaitu sebagai:

1. Sistem nilai, yakni nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya.
2. Kode etik, yakni kumpulan asas atau nilai moral, dan
3. Filsafat moral, yakni ilmu tentang yang baik atau buruk. Dalam hal ini, akan ditemukan sebuah keterkaitan antara etika sebagai sistem filsafat sekaligus artikulasi kebudayaan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2009), bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha. Lain halnya Skinner (1992) mengatakan bahwa definisi bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau saling memberi manfaat. Sedangkan menurut Sukirno (2010) bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian.

Adapun dalam perspektif Atraub dan Attner (1994): ia mendefinisikan bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat dilihat dengan indra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada

konsumen atau pelaku bisnis (Yusanto dan Widjayakusuma, 2002).

Sehingga dari beberapa pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan etika bisnis adalah pengamalan etika yang mengatur perilaku para pelaku bisnis. Adapun landasan yang menjadi acuan perilaku bisnisnya adalah norma moralitas. Dimana dasar perilakunya tidak hanya hukum-hukum ekonomi dan mekanisme pasar saja yang mendorong perilaku bisnis itu tetapi nilai moral dan etika juga menjadi acuan terpenting yang harus dijadikan landasan kebijakannya.

Tulisan ini membahas konsep etika bisnis secara umum, dimana etika bisnis dianggap memiliki peran dan kontribusi dalam mewujudkan tujuan perusahaan untuk tidak hanya memperoleh keuntungan di dalam dunia bisnis yang kompetitif tetapi juga aspek moral. Selain itu, akan diuraikan pula bagaimana pentingnya etika bisnis untuk diterapkan oleh para pelaku bisnis atau usaha agar dapat memajukan perusahaannya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Studi literatur yaitu metode yang mencari referensi yang relevan dengan permasalahan yang ditemukan. Studi kepustakaan menggambarkan analisis teoritis, kajian ilmiah, rujukan serta literatur yang berhubungan dengan kebiasaan masyarakat setempat, norma dan nilai yang terbangun pada kondisi lapangan yang diamati (Sugiyono, 2016). Adapun data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang bersumber dari literatur atau referensi yang ada, seperti yang termuat dalam jurnal dan makalah ilmiah, ensiklopedia, literatur, serta sumber data lain yang berkaitan dengan topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika bisnis perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kuat dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value-creation*) yang tinggi, dimana diperlukan suatu landasan yang kokoh untuk mencapai itu semua. Dan biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang handal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen (Hasoloan, 2018).

Menurut Sonny Keraf (1998), ada beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang seharusnya di jalankan agar suatu perusahaan mampu meraih tujuannya:

1. Prinsip Otonomi

Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Orang bisnis adalah orang yang otonom, artinya dia sadar sepenuhnya pada bidang kegiatannya, situasi yang dihadapi, tuntutan yang ada padanya, tuntutan dan aturan yang berlaku padanya. Pada pelaku bisnis, visi dan misinya harus jelas. Oleh karena itu sikap otonom ini harus dipegang agar dalam melakukan sesuatu, dia sadar bahwa yang dilakukan itu baik dan tidak sekedar mengikuti nilai-nilai moral yang ada. Nilai kesadaran dalam mengambil keputusan ini harus pula diikuti oleh tanggung jawab yang besar. Dengan demikian orang yang otonom adalah orang yang tahu tindakannya, bebas dalam bersikap dan mengambil keputusan, tetapi sekaligus juga bertanggung jawab atas tindakan dan keputusannya tersebut, atau mengetahui akibatnya yang mungkin timbul dan terjadi.

2. Prinsip Kejujuran

Secara sepintas, prinsip ini terdapat unsur yang kontradiktif, karena, bisnis dipandang pada *profit oriented*, sementara kejujuran mengandung ajaran moralitas. Kejujuran dapat menjadi kunci keberhasilan, apabila ingin bisnisnya itu bertahan dan berkembang. Kejujuran yang dilandasi iktikad baik harus dapat dijadikan salah satu pilar utama dalam mengembangkan dunia usaha. Prinsip kejujuran ini menjadi penting dengan melihat pada:

- a. Pemenuhan syarat-syarat perjanjian. Dalam memenuhi syarat-syarat perjanjian ini, kejujuran sangat penting artinya bagi para pihak, karena sangat menentukan relasi dan kelangsungan bisnisnya. Dalam era global, informasi-informasi dan komunikasi yang demikian cepat dan canggih sangat memungkinkan terbukanya pihak yang berbuat curang. Dalam melakukan bisnisnya.
- b. Penawaran barang dan jasa Penawaran barang dan jasa harus sebanding dengan mutu dan harganya. Kepercayaan konsumen adalah kunci pokok. Penipuan oleh pelaku bisnis, entah melalui iklan, pelayanan dan cara-cara lain yang tidak fair akan menyebabkan produknya ditinggalkan oleh konsumen.
- c. Hubungan kerja intern dalam perusahaan Kejujuran yang tercipta dalam lingkungan perusahaan merupakan inti dari kekuatan perusahaan Itu. Sulit dipercaya suatu perusahaan akan bertahan dan berkembang, kalau hubungan kerja dalam perusahaan itu tidak dilandasi kejujuran, baik oleh karyawan-karyawannya maupun oleh pimpinannya

3. Prinsip Keadilan

Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria rasional yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. ini berarti tidak boleh ada yang dirugikan hak dan kepentingannya. Keadilan di sini merupakan keadilan yang bersifat distribusi, yaitu orang harus memperoleh apa yang menjadi haknya dan dilindungi kepentingannya sesuai dengan apa yang diberikan olehnya.

4. Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*)

Prinsip ini untuk mengakomodir hakikat dan tujuan bisnis. Kalau pada prinsip keadilan, tidak boleh ada yang dirugikan, maka pada prinsip ini harus saling menguntungkan. Hal ini berarti harus ada *win-win solution*.

5. Prinsip integritas moral

Prinsip ini penting dalam menjalankan bisnis agar tetap terjaga namanya maupun perusahaannya. Prinsip ini berlaku dan harus diberlakukan keluar dan ke dalam perusahaan.

Tujuan dan Ruang Lingkup Etika Bisnis

Adapun tujuan etika bisnis adalah menggugah kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan para pelaku bisnis untuk menjalankan *good business* dan tidak melakukan *monkey business* atau *dirty business* yang bisa merugikan banyak pihak yang terkait dalam bisnis tersebut (Makmur, 2018).

Etika bisnis mengajak para pelaku bisnis mewujudkan citra dan manajemen bisnis yang baik (etis) agar bisnis itu pantas dimasuki oleh semua orang yang

mempercayai adanya dimensi etis dalam dunia bisnis. Hal ini sekaligus menghalau citra buruk dunia bisnis sebagai kegiatan yang kotor, licik, dan tipu muslihat. Kegiatan bisnis mempunyai implikasi etis, dan oleh karenanya membawa serta tanggung jawab etis bagi pelakunya.

Secara terperinci, Richard George menyebut bahwa etika bisnis menyangkut empat kegiatan sebagai berikut:

- 1) Penerapan prinsip-prinsip umum dalam praktik bisnis. Berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis itu kita dapat menyoroti dan menilai apakah suatu keputusan atau tindakan yang diambil dalam dunia bisnis secara moral dapat dibenarkan atau tidak. Dengan demikian etik bisnis membantu para pelaku bisnis untuk mencari cara guna mencegah tindakan yang dinilai tidak etis.
- 2) Etika bisnis tidak hanya menyangkut penerapan prinsip-prinsip etika pada dunia bisnis. Dalam hubungan ini, etika bisnis mengkaji apakah perilaku yang dinilai etis pada individu juga dapat berlaku pada organisasi atau perusahaan bisnis. Selanjutnya etika bisnis menyoroti apakah perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial atau tidak.
- 3) Bidang telaah etika bisnis menyangkut pandangan-pandangan mengenai bisnis. Dalam hal ini, etika bisnis mengkaji moralitas sistem ekonomi pada umumnya dan sistem ekonomi publik pada khususnya, misalnya masalah keadilan sosial, hak milik, dan persaingan.
- 4) Etika bisnis juga menyentuh bidang yang sangat makro, seperti operasi perusahaan multinasional, jaringan konglomerat internasional, dan lain-lain.

Kemudian ada baiknya jika kita tinjau lebih lanjut apa saja ruang lingkup etika bisnis itu. Sampai saat ini ada tiga ruang lingkup pokok yang harus diperhatikan supaya tujuan dari etika bisnis bisa tercapai, yaitu:

- a) Etika bisnis sebagai etika profesi membahas berbagai prinsip, kondisi, dan masalah yang terkait dengan praktik bisnis yang baik dan etis. Dengan kata lain, etika bisnis pertama-tama bertujuan untuk menghimbau para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis secara baik dan etis.
- b) Menyadarkan masyarakat, khususnya konsumen, buruh, atau karyawan dan masyarakat luas pemilik aset umum semacam lingkungan hidup, akan hak dan kepentingan mereka yang tidak boleh dilanggar oleh praktik bisnis siapa pun juga. Pada tingkat ini, etika bisnis berfungsi untuk menggugah masyarakat untuk bertindak menuntut para pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik demi terjaminnya hak dan kepentingan masyarakat tersebut. Etik bisnis mengajak masyarakat luas, entah sebagai karyawan, konsumen, atau pemakai aset umum lainnya yang berkaitan dengan kegiatan bisnis, untuk sadar dan berjuang menuntut haknya atau paling kurang agar hak dan kepentingannya tidak dirugikan oleh kegiatan bisnis pihak mana pun.
- c) Etika bisnis juga berbicara mengenai sistem ekonomi yang sangat menentukan etis tidaknya suatu praktik bisnis. Dalam hal ini, etika bisnis lebih bersifat makro, yang karena itu barang kali lebih tepat disebut etika ekonomi. Dalam lingkup makro semacam ini, etika bisnis berbicara mengenai monopoli, oligopoli, kolusi, dan praktek-praktek semacamnya yang akan sangat mempengaruhi tidak saja sehat tidaknya suatu ekonomi melainkan juga baik tidaknya praktik bisnis dalam sebuah negara.

Peran Etika Bisnis dalam Kemajuan Perusahaan

Dalam hal ini, tentunya etika memiliki fungsi yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan itu sendiri. Permasalahan etika bisnis yang terjadi di perusahaan bervariasi antara fungsi perusahaan yang satu dan fungsi perusahaan yang lain. Berikut ini akan dibahas berbagai permasalahan etika bisnis yang terjadi di beberapa bidang fungsi perusahaan, yaitu: etika bisnis di bidang akuntansi (*accounting ethics*), keuangan (*finance ethics*), produksi dan pemasaran (*production and marketing ethics*), sumber daya manusia (*human resources ethics*), dan teknologi informasi (*information technology ethics*) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Etika bisnis di Bidang Akuntansi (*Accounting Ethics*)

Fungsi akuntansi merupakan komponen yang sangat penting bagi perusahaan. Dengan demikian kejujuran, integritas, dan akurasi dalam melakukan kegiatan akuntansi merupakan syarat mutlak yang harus diterapkan oleh fungsi akuntansi. Salah satu praktik akuntansi yang dianggap tidak etis misalnya penyusunan laporan keuangan yang berbeda untuk berbagai pihak yang berbeda dengan tujuan memperoleh keuntungan dari penyusunan laporan keuangan seperti itu. Dalam realitas kegiatan bisnis sering kali ditemukan perusahaan yang menyusun laporan keuangan yang berbeda untuk pihak-pihak yang berbeda. Ada laporan keuangan internal perusahaan, laporan keuangan untuk bank, dan laporan keuangan untuk kantor pajak. Dengan melakukan praktik ini, bagian akuntansi perusahaan secara sengaja memanipulasi data dengan tujuan memperoleh keuntungan dari penyusunan laporan palsu tersebut.

2. Etika bisnis di Bidang Keuangan (*Financial Ethics*)

Skandal keuangan yang berasal dari pelaksanaan fungsi keuangan yang dijalankan secara tidak etis telah menimbulkan berbagai kerugian bagi para investor. Pelanggaran etika bisnis dalam bidang keuangan dapat terjadi misalnya melalui praktik window dressing terhadap laporan keuangan perusahaan yang akan mengajukan pinjaman ke bank. Melalui praktik ini seolah-olah perusahaan memiliki rasio-rasio keuangan yang sehat sehingga layak untuk mendapatkan kredit. Padahal sebenarnya kondisi keuangan perusahaan tidak sekuat seperti yang dilaporkan dalam laporan keuangan yang telah dipercantik. Contoh lain pelanggaran etika keuangan misalnya melalui penggelembungan nilai agunan perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperoleh kredit melebihi nilai agunan kredit yang sesungguhnya.

3. Etika bisnis di Bidang Produksi dan Pemasaran (*Production and Marketing Ethics*)

Hubungan yang dilakukan perusahaan dengan para pelanggannya dapat menimbulkan berbagai permasalahan etika bisnis di bidang produksi dan pemasaran. Untuk melindungi konsumen dari perlakuan yang tidak etis yang mungkin dilakukan oleh perusahaan, pemerintah Indonesia telah memberlakukan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menjelaskan berbagai perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha. Antara lain, pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memper-dagangkan barang dan/atau jasa:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang disyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau barang tersebut.

4. Etika Bisnis di Bidang Teknologi Informasi (*Information Technology Ethics*)

Salah satu area yang memiliki pertumbuhan masalah etika bisnis paling besar di era 1990-an sampai awal tahun 2000 adalah bidang teknologi informasi. Hal-hal yang dapat memunculkan permasalahan etika dalam bidang ini meliputi: serangan terhadap wilayah privasi seseorang, pengumpulan, penyimpanan, dan akses terhadap informasi usaha terutama melalui transaksi *e-commerce*, perlindungan hak cipta yang menyangkut pembuatan *software*, musik, dan hak kekayaan intelektual.

Etika bisnis yang baik dalam perusahaan dapat menguntungkan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yakni dikarenakan:

- a. Mampu meningkatkan keunggulan bersaing.
- b. Mampu meningkatkan motivasi pekerja.
- c. Mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun eksternal.

Melindungi prinsip kebebasan berniaga. Namun kiranya tidak dapat dipungkiri bahwa tindakan yang non etis yang dilakukan oleh perusahaan akan dapat memancing (mempengaruhi) tindakan balasan dari konsumen (masyarakat) sehingga akan kontra produktif, yakni misalnya, dengan melakukan gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi atau sebagainya. Tentunya hal ini dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Namun pada perusahaan yang menjunjung selalu tinggi nilai etika bisnisnya ini termasuk perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis, seperti diskriminasi dalam sistem jenjang karier.

SIMPULAN

Di era keterbukaan dan kemudahan informasi yang didapat saat ini, maka tentu bagi perusahaan ada banyak aspek harus diperhatikan dengan baik dan terukur. Dalam hal ini persaingan usaha semakin ketat, maka aspek etika bisnis mempengaruhi tingkat kepercayaan atau *trust* dari setiap elemen yang ada dalam ruang lingkup (lingkungan) bisnis baik pemasok (*supplier*), perusahaan, dan konsumen adalah elemen yang saling mempengaruhi. Masing-masing elemen tersebut harus menjaga etika, sehingga kepercayaan yang menjadi prinsip kerja dapat terjaga dengan baik.

Penerapan etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang. Dengan demikian, menjadi jelas bahwa tanpa suatu etika yang menjadi acuan, para pebisnis akan lepas kendali terhadap perilaku bisnisnya, mengupayakan segala cara dalam memperoleh sesuatu, mengorbankan apa saja untuk mencapai tujuannya karena akan merugikan pihak-pihak tertentu.

Dengan mengimplementasikan nilai etis dalam etika bisnis tersebut diharapkan mampu mengarahkan kepada tercapainya tujuan etis perilaku seluruh kepentingan *stakeholders* sehingga kemungkinan adanya kerugian atau konflik kepentingan lebih mudah diselesaikan dengan baik sehingga tujuan perusahaan lebih mudah dicapai dan menjadikan perusahaan tetap bertahan di segala perubahan.

DAFTAR PUSTAKA

- B.F. Skinner. (1938). *The Behavior of Organisms: An Experimental Analysis*. Cambridge, Massachusetts: B.F. Skinner Foundation. ISBN 1- 58390-007-1, ISBN 0-87411-487-X.
- Bertens, K. (2004). *Etika*. Jakarta: Gramedia.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (2009). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Durin, Ramzi. (2020). *Arti Penting Menjalankan Etika dalam Bisnis*. Jurnal Valuta, Volume 6, Nomor 1.
- Hasoloan, Aswand. (2018). *Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis*. Jurnal Warta Edisi Volume 57.
- Keraf, Sonny. A. (1998). *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lubis, M. Solly. (1995). *Quo Sadis Penegakan Hukum*. Bandung: Tarsito, hal. 24
- Magnis, Franz Von. (1985). *Etika Umum: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Penerbit Kanisius.
- Makmur, Syafruddin. (2018). *Pengusaha Beretika Bisnis Mewujudkan Penegakan Hukum*. Majalah Manajemen dan Bisnis STIE Ganesha Jakarta Volume 2, Nomor 1.
- Purnomo, Teguh. (2015). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Perusahaan sebagai Strategi Menciptakan Superioritas Perusahaan*. Jurnal UNTAG Banyuwangi, Volume 3, Nomor 2.
- Sembiring, Rasmuria. (2014). *Pengantar Bisnis*. Bandung: La Goods Publishing.
- Straub, J.T. & Attner, R.K. (1994). *Introduction to Business*. California: Wadworth Publishing Company.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. Jakarta: Alfabeta.
- Sukirno Sadono. (2010). *Makroekonomi: Teori Pengantar. Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grasindo Persada.
- Yusanto M.I dan M.K. Widjajakusuma. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Persada.

