

ETIKA BISNIS DALAM MENDUKUNG MANAJEMEN STRATEGIS

Aliyah Nurhaliza¹, Juliana Arista², Rony Edward Utama³

1,2,3, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email: aliyahnurhaliza972@gmail.com¹,Julianaarista12@gmail.com²,

ronyedward60@gmail.com³

Abstrak

Saat ini, dunia bisnis tengah mengalami perkembangan pesat dan memerlukan manajemen yang semakin baik dan sehat. Etika bisnis memegang peranan penting dalam konteks ini. Konsistensi dalam menerapkan etika bisnis dapat menciptakan lingkungan usaha yang sehat, efisien, dan transparan, menjadi kontribusi besar yang dapat diberikan oleh dunia bisnis untuk mendorong terbentuknya pasar yang efisien, transparan, dan memberikan manfaat yang besar bagi seluruh stakeholder. Saat ini, seringkali muncul pertanyaan mengenai apakah etika bisnis merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Peran etika sangat besar dalam menjalankan kegiatan bisnis, sehingga sudah semestinya perusahaan menerapkan prinsip Good Corporate Governance (GCG) sebagai salah satu alatnya. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Implementasi CSR dapat dilihat dari beberapa aspek, termasuk lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, produk, dan aspek umum. Di Indonesia, penerapan CSR mengarah pada penguatan ekonomi masyarakat melalui usaha kecil dan menengah serta peningkatan kualitas SDM melalui perbaikan sarana dan prasarana pendidikan.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Peran Etika, Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR).

Abstract

Currently, the business world is experiencing rapid development and requires increasingly effective and healthy management. Business ethics play a crucial role in this context. Consistency in implementing business ethics can create a business environment that is healthy, efficient, and transparent, providing a significant contribution by the business world to foster the creation of efficient, transparent markets that benefit all stakeholders. At present, there is often a question of whether business ethics is a crucial aspect for companies in conducting their business activities. The role of ethics is significant in carrying out business activities, and it is only fitting for companies to implement the principles of Good Corporate Governance (GCG) as one of their tools. Corporate Social Responsibility (CSR) represents a company's responsibility to society and its surrounding environment. The implementation of CSR can be observed across various aspects, including the

ISSN : 3025-9495

environment, energy, health and safety, products, and general considerations. In Indonesia, CSR implementation is directed towards strengthening the community's economy through support for small and medium-sized enterprises and enhancing human resources quality through improvements in educational facilities and infrastructure.

Keyword: *Business Ethics, The Role Of Ethics, Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR).*

PENDAHULUAN

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu *ethos* yg berarti: kebiasaan/adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir Menurut (Suseno, 2001), "Etika adalah sebuah ilmu dan bukan sebuah ajaran. Yang memberi kita norma tentang bagaimana kita harus hidup adalah moralitas".

Etika bisnis bukan sekadar tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga menjadi elemen kunci dalam menghadapi tantangan strategis. Keputusan etis dapat memainkan peran vital dalam membangun kepercayaan pemangku kepentingan, memperkuat reputasi perusahaan, dan menciptakan nilai jangka panjang. Oleh karena itu, memahami peran etika bisnis dalam strategi bisnis menjadi esensial untuk mencapai keberlanjutan.

Etika bisnis menjadi fokus penting dalam perusahaan sebagai panduan perilaku yang mencakup nilai dan norma dalam menjalankan kegiatan bisnis. Etika bisnis berbicara tentang moralitas dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Dalam menciptakan etika bisnis yang baik, perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek, seperti pengendalian diri, pengembangan tanggung jawab sosial, menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan, menghindari praktik tidak etis, dan menyatakan kebenaran.

Dengan memahami peran etika bisnis di dalam organisasi, jurnal ini bertujuan untuk mengembangkan nilai-nilai etis membentuk budaya perusahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif dalam menghadapi tantangan bisnis, mendalami peran etika bisnis dalam mendukung manajemen strategis, mengevaluasi strategi dan keputusan yang telah disepakati dengan lebih efektif dan efisien. Melalui jurnal ini diharapkan dapat ditemukan perspektif baru untuk meningkatkan peran etika bisnis yang baik di perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Etika Bisnis

Etika bisnis menurut Simorangkir (2006) adalah pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran dan nilai yang baik. Etika bisnis berkonsentrasi pada standar moral yang diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menciptakan etika bisnis yang baik antara lain adalah pengendalian diri, pengembangan tanggung jawab sosial,

menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan, menghindari praktik tidak etis, dan menyatakan kebenaran.

Manajemen Strategis

Manajemen strategis merupakan proses pengambilan keputusan yang melibatkan perumusan strategi, implementasi, dan evaluasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Ini melibatkan tiga tahap utama: formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Model-model manajemen strategis, seperti berbasis sumber daya, memainkan peran penting dalam membimbing perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing.

Inti dari manajemen strategis adalah memenangkan persaingan. Karena manajemen strategis selalu berusaha memenangkan persaingan, maka mau tidak mau perusahaan harus senantiasa menganalisis diri dan memperbaiki diri agar tampil lebih baik dari perusahaan pesaing.

Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) adalah seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan (Kusmayadi, Rudiana, & Badruzaman, 2015). GCG dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan dan profesional sehingga dapat menarik minat para investor. Tujuan penerapan GCG adalah untuk mengurangi masalah-masalah yang timbul sebagai akibat dari adanya masalah keagenan dan memberikan rasa aman pada pemegang saham ataupun investor bahwa hak-hak mereka diperhatikan dan dilindungi. Kesadaran mengenai praktik GCG akan mendorong transparansi perusahaan dan investor akan mengapresiasi nilai informasi lengkap yang disajikan perusahaan untuk membantu mereka mengevaluasi kinerja dan prospek perusahaan.

Manajemen Perusahaan

Manajemen perusahaan adalah serangkaian unsur dan proses untuk memimpin, mengarahkan, dan mengadministrasikan sumber daya perusahaan. Fungsi manajemen melibatkan perencanaan, penyusunan, pengawasan, dan kepemimpinan. Definisi manajemen perusahaan dari beberapa ahli, seperti George R. Terry, Harold Koontz, dan James A.F. Stoner, menggambarkan manajemen sebagai proses yang melibatkan perencanaan, organisasi, motivasi, dan evaluasi.

Fungsi Manajemen Perusahaan

Fungsi manajemen perusahaan melibatkan empat elemen utama: memimpin, merencanakan, menyusun, dan mengawasi. Memimpin melibatkan pengambilan keputusan, komunikasi, motivasi, dan pengembangan SDM. Merencanakan mencakup penetapan tujuan, pengaturan waktu, pembuatan standar operasional, dan pengendalian biaya. Menyusun melibatkan desain struktur organisasi, pembagian tanggung jawab, dan pembentukan hubungan kerja. Mengawasi melibatkan pengawasan dan pengendalian terhadap aktivitas dan tanggung jawab divisi.

Corporate Social Responsibility (CSR) ialah Semua aktivitas dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tentu wajib dipertanggungjawabkan pada tiap perusahaan. Mulai dari karyawan, pemilik saham, customer, pemerintah, dan juga masyarakat umum. Pertanggungjawaban tersebut biasanya dikenal sebagai Corporate Social Responsibility atau CSR.

Jadi, CSR adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang wajib dilakukan oleh suatu perusahaan kepada semua pihak yang ada di dalamnya dengan melaksanakan sebuah program yang mempunyai manfaat.

Widjaja & Yeremia (2011):

"CSR merupakan bentuk kerja sama antara perusahaan dengan segala hal (stakeholders) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (sustainability) perusahaan tersebut."

Undang – Undang Perseoran Terbatas (UUPT) (2007):

"CSR dalam Pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya."

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan atau proyek. Ini melibatkan identifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja organisasi. Dalam konteks etika bisnis dan CSR, analisis SWOT dapat membantu perusahaan memahami posisi mereka dalam mengimplementasikan kebijakan dan praktik yang mendukung tanggung jawab sosial.

Penerapan Etika Bisnis dan CSR di Indonesia

Penerapan etika bisnis dan CSR di Indonesia melibatkan sejumlah aspek, seperti pengembangan etika bisnis, implementasi CSR dalam berbagai sektor, dan pengembangan kebijakan pemerintah terkait. Perusahaan di Indonesia perlu memahami dan menerapkan etika bisnis yang baik sebagai panduan dalam menjalankan kegiatan bisnis mereka. Implementasi CSR juga dapat terlihat dari dukungan terhadap usaha kecil dan menengah serta investasi dalam pendidikan dan pengembangan SDM.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Bertujuan untuk lebih mengetahui dan lebih mendalami yang sedang dibahas. Langkah yang dilakukan adalah dengan mencari berbagai referensi, dan catatan harian. Pada penelitian ini menjelaskan tentang Etika Bisnis dalam Mendukung

Menurut (Bhatt, 2000), Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Dalam menciptakan etika bisnis ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain adalah:

- (1) Pengendalian diri.
- (2) Pengembangan tanggung jawab social.
- (3) Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi.
- (4) Menciptakan persaingan yang sehat.
- (5) Menerapkan konsep "pembangunan berkelanjutan".
- (6) Menghindari sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi, dan Komisi).
- (7) Mampu menyatakan yang benar itu benar.
- (8) Menumbuhkan sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha ke bawah.
- (9) Konsekuen dan konsisten dengan aturan main yang telah disepakati bersama.
- (10) Menumbuh- kembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati.
- (11) Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa peraturan perundang- undangan.

Manfaat perusahaan menerapkan etika bisnis dalam hal ini adalah kinerja perusahaan yang akan bertambah baik dengan didukung dengan karyawan/bawahan yang bermoral dan bertanggung jawab.

Proses Manajemen Strategis

1. Formulasi strategi, antara lain adalah mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.
2. Implementasi strategi, diantaranya mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif dan mengarahkan usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memberdayakan sistem informasi, dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi. Suksesnya implementasi strategi terletak pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan.
3. Evaluasi strategi adalah tahap final dalam manajemen strategis. Evaluasi strategi adalah alat untuk mendapatkan informasi kapan strategi tidak dapat berjalan.

Tinjauan Umum Tentang Manajemen Strategis berbasis sumber daya untuk profitabilitas tinggi. Model ini mengasumsikan bahwa tiap organisasi merupakan kumpulan sumber daya dan kemampuan unik yang merupakan dasar untuk strategi dan sumber utama profitabilitasnya. Juga diasumsikan bahwa perusahaan memperoleh sumber daya yang berbeda serta mengembangkan kemampuannya yang unik. Karenanya seluruh perusahaan bersaing dalam industri tertentu mungkin tidak memiliki sumber daya atau kemampuan strategis yang sama. Model ini juga mengasumsikan bahwa sumber daya tidak terlalu mudah berpindah antar perusahaan. Perbedaan dalam sumber daya, yang tidak mungkin didapatkan atau ditiru perusahaan lain, serta cara penggunaannya merupakan dasar keunggulan

bersaing. Sumber daya adalah input bagi proses produksi perusahaan, seperti barang, modal, kemampuan para pekerjanya, paten, keuangan dan manajer yang berbakat. Umumnya sumber daya perusahaan dapat diklasifikasikan menjadi tiga katagori, yaitu modal fisik, sumber daya manusia dan organisasi. Satu jenis sumber daya saja mungkin tidak dapat menghasilkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Misalnya sepotong mesin canggih hanya dapat menjadi sumber daya yang relevan secara strategis jika digunakan bersama aspek operasi lainnya (seperti pemasaran dan pekerjaan pegawai).

KESIMPULAN

Etika bisnis memainkan peran krusial dalam membimbing perusahaan mengenai perilaku yang mencakup nilai dan norma dalam kegiatan bisnis. Untuk menciptakan etika bisnis yang baik, perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek seperti pengendalian diri, pengembangan tanggung jawab sosial, menciptakan persaingan sehat, menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan, menghindari praktik tidak etis, dan menyatakan kebenaran. Dalam konteks manajemen strategis, inti dari manajemen tersebut adalah memenangkan persaingan.

Model-model manajemen strategis, termasuk yang berbasis sumber daya, menjadi panduan untuk mencapai keunggulan bersaing. Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) kunci dalam mengatur dan mengendalikan perusahaan agar menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan. GCG mendorong pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan profesional, memberikan kepercayaan kepada investor, dan mengurangi masalah keagenan.

Fungsi manajemen perusahaan melibatkan empat elemen utama: memimpin, merencanakan, menyusun, dan mengawasi. Keempat elemen tersebut memainkan peran penting dalam memimpin, mengarahkan, dan mengadministrasikan sumber daya perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk pertanggungjawaban yang wajib dilakukan oleh perusahaan kepada semua pihak yang berinteraksi dengan perusahaan.

CSR mencakup tanggung jawab sosial dan lingkungan, berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, dan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan. Analisis SWOT membantu perusahaan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi kinerja organisasi dalam konteks etika bisnis dan CSR.

Penerapan etika bisnis dan CSR di Indonesia melibatkan pengembangan etika bisnis, implementasi CSR dalam berbagai sektor, dan pengembangan kebijakan pemerintah terkait. Perusahaan di Indonesia perlu memahami dan menerapkan etika bisnis yang baik sebagai panduan dalam menjalankan kegiatan bisnis mereka, sambil mendukung usaha kecil dan menengah serta berinvestasi dalam pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). Putting the S Back in Corporate Social Responsibility: A Multilevel Theory of Social Change in Organizations. *Academy of Management Review*, 32(3), 836–863.
- Argandona, A. (2013). The Unsettled Path of the Social License to Operate. *Journal of Business Ethics*, 116(2), 419–431.
- Bebbington, J., & Larrinaga, C. (2014). Accounting and Sustainable Development: An Exploration. *Accounting, Organizations and Society*, 39(6), 395–413.
- Berle, A. A., & Means, G. C. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*. New York: Macmillan.
- Buchholtz, A. K., Amason, A. C., & Rutherford, M. A. (1999). Beyond Resources: The Mediating Effect of Top Management Discretion and Values on Corporate Philanthropy. *Business and Society*, 38(2), 167–187.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.
- Clarkson, M. B. E. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92–117.
- Davis, K. (1973). The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312–322.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman.
- Gardberg, N. A., & Fombrun, C. J. (2006). Corporate Citizenship: Creating Intangible Assets across Institutional Environments. *Academy of Management Review*, 31(2), 329–346.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gillies, J. R. (2005). *Toward a Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development*. Greenleaf Publishing.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2007). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Mason, OH: Thomson South-Western.

- Indonesia Global Compact Network. (2010). Panduan Pelaporan Pelaksanaan Prinsip-prinsip Global Compact di Indonesia. Indonesia Global Compact Network.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1990). *Essentials of Management*. New York: McGraw-Hill.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1978). Organizational Strategy, Structure, and Process. *Academy of Management Review*, 3(3), 546–562.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.
- Pujawan, I. N., & Mahadwartha, P. A. (2010). *Manajemen Operasional*. Gadjah Mada University Press.
- Santoso, S. (2002). *SPSS versi 11*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schwab, K. (Ed.). (2017). *The Global Competitiveness Report 2017–2018*. World Economic Forum.
- Simorangkir, J. (2006). *Etika Bisnis*. Pustaka Pelajar.
- Stoner, J. A. F., & Wankel, C. (1987). *Management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Terry, G. R. (1960). *Principles of Management*. Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods*. Los Angeles, CA: Sage Publications.
- <https://www.gramedia.com/literasi/csr/>
- <https://jab.ejournal.unri.ac.id/index.php/IAB/article/viewFile/910/9>
- <http://e-journal.uajy.ac.id/8259/3/EM218396.pdf>
- <https://www.gramedia.com/literasi/csr/>

[https://environment-indonesia.com/implementasi-corporate-social-responsibility-sebagai-unggulan-kompetitif-](https://environment-indonesia.com/implementasi-corporate-social-responsibility-sebagai-unggulan-kompetitif-perusahaan/#:~:text=Penerapan%20CSR%20di%20Indonesia%20pada,perbaikan%20sarana%20dan%20prasarana%20Pendidikan)

[perusahaan/#:~:text=Penerapan%20CSR%20di%20Indonesia%20pada,perbaikan%20sarana%20dan%20prasarana%20Pendidikan](https://environment-indonesia.com/implementasi-corporate-social-responsibility-sebagai-unggulan-kompetitif-perusahaan/#:~:text=Penerapan%20CSR%20di%20Indonesia%20pada,perbaikan%20sarana%20dan%20prasarana%20Pendidikan)

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=permasalahan+corporate+social+responsibility+secara+umum&btnG=#d=gs_qabs&t=1696691977756&u=%23p%3DAqjbunL3NgAJ