

## PENTINGNYA PERAN ETIKA BISNIS DALAM KEBERLANJUTAN PERUSAHAAN BISNIS

Dito Aditia Darma Nst<sup>1</sup>, Renny Maisyarah<sup>2</sup>, Register Launli Buaya<sup>3</sup>, Juni Juni Yanti Napitupulu<sup>4</sup>.  
aditia.dito@yahoo.com<sup>1</sup>, rennymaisyarah@dosen.pancabudi.ac.id<sup>2</sup>, registerbuaya@gmail.com<sup>3</sup>,  
actual\_industrial@yahoo.com<sup>4</sup>.

Magister Akuntansi, Universitas Pembangunan Panca Budi

### Abstrak

Artikel ini membahas pentingnya etika bisnis dalam menjaga keberlanjutan perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat. Etika bisnis menjadi pedoman bagi pelaku usaha untuk bertindak sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku, serta memainkan peran strategis dalam membangun kepercayaan konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian ini menggunakan metode kajian kepustakaan (*library research*) untuk menganalisis konsep, peran, dan dampak etika bisnis dalam berbagai fungsi perusahaan, seperti akuntansi, keuangan, produksi, pemasaran, dan teknologi informasi. Temuan menunjukkan bahwa pelanggaran etika dapat merusak reputasi dan keberlangsungan perusahaan, sementara penerapan etika yang konsisten mendorong daya saing dan keberlanjutan bisnis. Artikel ini juga menyoroti peran pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem bisnis yang etis dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis, Keberlangsungan Perusahaan

### Abstract

*This article discusses the importance of business ethics in maintaining companies amidst increasingly fierce competition. Business ethics serve as guidelines for business actors to act in accordance with applicable norms and values, as well as playing a strategic role in building the trust of consumers and other stakeholders. This research uses a library research method to analyze the concept, role and impact of business ethics in various company functions, such as accounting, finance, production, marketing and information technology. Findings suggest that ethical violations can damage a company's reputation and sustainability, while continued ethical implementation drives business competitiveness and desirability. This article also highlights the role of government, business actors and society in creating an ethical and sustainable business ecosystem.*

**Keywords:** Business Ethics, Company Sustainability

### Article History

Received: Desember 2024

Reviewed: Desember 2024

Published: Desember 2024

Plagirism Checker No 223

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

**Copyright : Author**

**Publish by : Musytari**



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Saat bisnis telah memberikan kontribusi yang besar dalam kemajuan ekonomi, sosial dan budaya, namun juga menimbulkan konsekuensi yang disebabkan oleh kegiatan perusahaan tersebut. Dalam berbagai kegiatan perusahaan dimungkinkan munculnya perilaku pelanggaran etika karena ada kecenderungan orang yang merasa dirinya paling benar dalam berbagai macam situasi. Oleh sebab itu dalam situasi apapun perlu suatu kesadaran moral, agar keputusan yang

dibuat walau dalam kondisi apapun tetap bernilai etika. Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang murah dibandingkan pesaing, waktu penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya.

Dalam memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan harus dapat mempertahankan pasar yang dimiliki dan merebut pasar yang sudah ada, maka perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam merencanakan strategi usaha yang ingin dijalkannya. Besarnya peluang bisnis di Indonesia telah memacu usaha-usaha berkembang di Indonesia. Munculnya berbagai macam kegiatan bisnis, menunjukkan bisnis menguntungkan. Bagaimanapun, usaha sangat dibutuhkan. Persaingan dalam usaha sangat ketat, oleh karena itu, persaingan harus dihadapi sebagai motivator untuk meningkatkan kualitas dalam memberikan yang terbaik kepada konsumen. Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Dalam keadaan persaingan ketat memperebutkan perhatian konsumen, dan dunia bisnis yang semakin kompetitif, bagian pemasaran perusahaan akan terus mencari terobosan baru melalui promosi untuk mengimbangi atau mengatasi upaya-upaya promosi oleh pesaing. Terdapat hubungan yang erat antara etika bisnis dan persaingan usaha, terdapatnya aspek hukum dan aspek etika bisnis yang sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Munculnya persaingan yang tidak sehat disebabkan karena peranan hukum dan etika bisnis dalam persaingan usaha belum berjalan sebagaimana mestinya. Etika bisnis tidak akan dilanggar jika ada aturan dan sanksi-sanksi. Kalau semua tingkah laku yang salah dibiarkan, maka lama-kelamaan akan menjadi kebiasaan. Repotnya norma yang salah ini akan menjadi budaya. Oleh karena itu, bila ada yang melanggar aturan akan diberikan sanksi untuk memberikan pelajaran kepada yang bersangkutan, sebagai bagian dalam masyarakat, tentu bisnis tunduk pada norma-norma yang ada pada masyarakat. (Hasoloan, 2018)

Etika bisnis adalah elemen fundamental dalam menjalankan sebuah perusahaan, terutama di era globalisasi yang penuh dengan tantangan dan persaingan ketat. Dalam praktiknya, etika bisnis tidak hanya menjadi pedoman bagi para pelaku usaha untuk bertindak sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku, tetapi juga berfungsi sebagai landasan utama dalam membangun kepercayaan di antara pemangku kepentingan, baik itu konsumen, mitra bisnis, maupun masyarakat luas. Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan memperhatikan etika biasanya memiliki reputasi yang lebih baik, hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, dan peluang keberlanjutan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang mengabaikan aspek ini.

Pada kenyataannya, banyak perusahaan yang mengalami kendala serius dalam menjaga keberlanjutan operasional mereka akibat pelanggaran etika. Kasus-kasus seperti manipulasi laporan keuangan, eksploitasi pekerja, pelanggaran hak konsumen, dan kerusakan lingkungan adalah contoh nyata bagaimana ketidakpatuhan terhadap etika bisnis dapat berdampak pada reputasi, kepercayaan, bahkan keberlangsungan hidup perusahaan. Sebagai contoh, kasus Enron Corporation, sebuah perusahaan energi yang pernah menjadi salah satu perusahaan terbesar di dunia, mengalami kehancuran akibat manipulasi laporan keuangan dan menyembunyikan utang melalui perusahaan-perusahaan cangkang. Skandal ini tidak hanya menyebabkan kebangkrutan perusahaan pada tahun 2001, tetapi juga memicu kerugian finansial besar bagi karyawan dan

investor. Serupa dengan itu, Lehman Brothers, sebuah bank investasi besar di Amerika Serikat, bangkrut pada tahun 2008 akibat keputusan bisnis yang tidak etis, termasuk manipulasi neraca keuangan untuk menyembunyikan kerugian besar akibat krisis hipotek subprime. Kasus-kasus ini menunjukkan bagaimana pelanggaran etika tidak hanya merugikan perusahaan itu sendiri tetapi juga berdampak sistemik terhadap ekonomi global.

Studi oleh Edelman Trust Barometer (2022) menunjukkan bahwa 63% konsumen cenderung tidak mempercayai perusahaan yang terlibat dalam skandal pelanggaran etika, sementara 58% pelanggan menyatakan kesediaan untuk membayar lebih kepada perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap etika bisnis. Selain itu, laporan dari KPMG (2023) mengungkapkan bahwa 80% kegagalan bisnis dalam dekade terakhir disebabkan oleh praktik bisnis yang tidak etis, seperti manipulasi laporan keuangan, yang mengakibatkan kerugian reputasi sebesar \$4,5 triliun secara global.

Regulasi terbaru seperti Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2021 tentang Etika Bisnis dan Tata Kelola Perusahaan yang Baik di Indonesia juga mulai memperkuat langkah hukum terhadap pelanggaran etika di dunia bisnis. Hal ini memberikan tekanan tambahan kepada perusahaan untuk menyelaraskan operasionalnya dengan norma-norma etika, khususnya dalam pengelolaan tenaga kerja, perlindungan konsumen, dan pelestarian lingkungan.

Di sisi lain, konsumen modern semakin kritis terhadap isu-isu etika yang melibatkan perusahaan. Dalam era informasi yang serba cepat, pelanggaran etika dapat dengan mudah tersebar luas melalui media sosial atau platform digital lainnya. Hal ini memberikan tekanan besar kepada perusahaan untuk memastikan bahwa setiap keputusan bisnis yang mereka ambil sejalan dengan nilai-nilai etika. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih loyal kepada perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan etika. Ini berarti bahwa etika bisnis tidak hanya berdampak pada reputasi, tetapi juga menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing.

Indonesia sebagai negara berkembang dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, juga menghadapi berbagai tantangan terkait etika bisnis. Fenomena seperti praktik korupsi, penyalahgunaan wewenang, dan pelanggaran hak karyawan masih sering ditemukan dalam dunia bisnis di tanah air. Meskipun pemerintah telah menetapkan berbagai regulasi untuk mendorong praktik bisnis yang etis, penerapannya sering kali menghadapi hambatan karena kurangnya pengawasan, penegakan hukum yang lemah, dan budaya yang belum sepenuhnya mendukung integritas. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran kolektif dari semua pihak baik pelaku usaha, pemerintah, maupun Masyarakat untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini berupaya untuk menggali lebih dalam mengenai pentingnya peran etika bisnis dalam menjaga keberlanjutan perusahaan. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat argumen bahwa etika bisnis adalah aspek yang esensial, tetapi juga untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang bagaimana perusahaan dapat mengintegrasikan nilai-nilai etika ke dalam strategi bisnis mereka. Selain itu, pembahasan ini juga diharapkan mampu memberikan wawasan praktis bagi perusahaan agar mampu menghadapi tantangan etika di tengah dinamika dunia bisnis yang terus berkembang.

## KAJIAN PUSTAKA

Etika berdasar pada Yunani Kuno memiliki istilah sebagai "ethikos" yang artinya timbul dari kebiasaan. Menurut Wahyu dan Ostaria (2006) dalam artikel (Fauzan & Nuryana, 2014) merupakan cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika ini berhubungan dengan analisis dan penerapan konsep yang meliputi baik, buruk, salah, benar serta tanggung jawab. Etika menjadi pondasi untuk mengetahui kewajiban seseorang agar mendapatkan haknya, dimana perilaku seseorang disini dinilai baik dan buruknya. Sedangkan menurut Liek

Wilardjo (1996:4) dalam artikel (Faradiza, 2019). Etika (Moral) merupakan telaah tentang pertimbangan untuk menyetujui maupun tidak menyetujui sikap dan/atau tindakan manusia berdasarkan benar-salah atau baik-buruk nya sikap dan/atau tindakan itu. Istilah "etika maupun "moral" merupakan suatu hal yang sama karena makna yang dimiliki seragam yakni ethos (Yunani) dan mores (Latin) yang berarti adat kebiasaan. (Pratantia Aviatri, 2021)

Bisnis adalah setiap kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan target margin keuntungan melalui penjualan, pembelian, atau pembuatan barang (produksi). Pembiayaan dalam konteks ini adalah segala bentuk komunikasi dengan raja, baik aktif maupun pasif, yang dilakukan oleh Dewan Pembiayaan kepada raja. Sebaliknya, bisnis terutama merupakan aktivitas penjualan yang melibatkan transaksi dengan bisnis lain untuk memaksimalkan margin keuntungan. (Muhammad Andre Alkahfi, 2022)

Dari seluruh penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis menilai perbuatan baik, buruk, salah maupun benar yang dilakukan oleh seorang individu di lingkup organisasi dimana hak dan kewajiban seseorang harus bisa dipertanggungjawabkan. Selain itu, etika bisnis mengajarkan bahwa sebagai pelaku bisnis apabila ingin perusahaannya tetap berjalan maka ia harus menjunjung tinggi nilai dan prinsip dari etika bisnis.

## METODOLOGI

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, ataupun 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. (Mariana, 2023)

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. (Devinda Ramdani, 2024)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Peran Etika Bisnis

Etika bisnis adalah segmen etika terapan yang mencoba untuk mengontrol dan memeriksa pengaturan moral dan etika perusahaan. Ia juga mendalami seberapa baik atau buruk badan usaha membahas masalah-masalah moral dan etika serta menunjukkan apa yang salah dalam proses yang mereka alami. Ini mencakup semua aspek bisnis dari produksi untuk administrasi, keuangan dan pemasaran. Hal ini juga berlaku untuk berbagai industri dan dapat deskriptif atau normatif dalam disiplin. Adapun etika bisnis perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh 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. (Butarbutar, 2019)



Menurut Richard D  
pokok yaitu : a) Memiliki  
Etika. Tiga aspek pokok da  
dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Sudut Pandang Ekonomis

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Yang terjadi disini adalah adanya interaksi antara produsen/perusahaan dengan pekerja, produsen dengan konsumen, produsen dengan produsen dalam sebuah organisasi. Kegiatan antar manusia ini adalah bertujuan untuk mencari untung oleh karena itu menjadi kegiatan ekonomis. Pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi dilakukan melalui interaksi yang melibatkan berbagai pihak. Dari sudut pandang ekonomis, *good business* adalah bisnis yang bukan saja menguntungkan, tetapi juga bisnis yang berkualitas etis.

### 2. Sudut Pandang Etika

Dalam bisnis, berorientasi pada profit, adalah sangat wajar, akan tetapi jangan keuntungan yang diperoleh tersebut justru merugikan pihak lain. Tidak semua yang bisa kita lakukan boleh dilakukan juga. Kita harus menghormati kepentingan dan hak orang lain. Pantas diperhatikan, bahwa dengan itu kita sendiri tidak dirugikan, karena menghormati kepentingan dan hak orang lain itu juga perlu dilakukan demi kepentingan bisnis kita sendiri.

### 3. Sudut Pandang Hukum

Hukum Dagang atau Hukum Bisnis yang merupakan cabang penting dari ilmu hukum modern. Dan dalam praktek hukum banyak masalah timbul dalam hubungan bisnis, pada taraf nasional maupun internasional. Seperti etika, hukum juga merupakan sudut pandang normative karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dari segi norma, hukum lebih jelas dan pasti daripada etika, karena peraturan hukum dituliskan hitam atas putih dan ada sanksi tertentu bila terjadi pelanggaran. (Widiyawati, 2023)

## Fungsi dan Etika Bisnis Terhadap Perusahaan

Setelah mengetahui betapa pentingnya etika yang harus diterapkan pada perusahaan bisnis, 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 lainnya. Hal ini terjadi karena operasi perusahaan sangat terspesialisasi dalam berbagai bidang profesi, sehingga setiap fungsi perusahaan cenderung memiliki masalah etika tersendiri. 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 realita 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 (*Finance 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 atau memperdagangkan barang atau jasa yang (1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. (2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut. (3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah hitungan menurut ukuran yang sebenarnya. (4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang atau jasa 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 ecommerce, perlindungan hak cipta yang menyangkut pembuatan software, musik, dan hak kekayaan intelektual.

## **Sanksi Pelanggaran yang akan Diterima Jika Perusahaan Tidak Menerapkan Etika Didalam Bisnisnya**

Pelanggaran etika bisa terjadi di mana saja, termasuk dalam dunia bisnis. Untuk meraih keuntungan, yang sebagaimana terdapat dalam Pasal 22 yang berbunyi "Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat". Pasal ini menjelaskan tentang Tender adalah tawaran mengajukan harga untuk memborong suatu pekerjaan, untuk mengadakan barang-barang, atau untuk menyediakan jasa. Unsur dari bersekongkol itu sendiri adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih, secara terang-terangan maupun diam-diam melakukan tindakan penyesuaian dokumen dengan peserta lainnya, membandingkan dokumen tender sebelum penyerahan, menciptakan persaingan semu, menyetujui dan atau memfasilitasi terjadinya persekongkolan, tidak menolak melakukan suatu tindakan meskipun mengetahui atau sepatutnya mengetahui bahwa tindakan tersebut dilakukan untuk mengatur dalam rangka memenangkan peserta tender tertentu, pemberian kesempatan eksklusif oleh penyelenggara tender atau pihak terkait secara langsung maupun tidak langsung kepada pelaku usaha yang mengikuti tender, dengan cara melawan hukum.

Hal diatas adalah pelanggaran yang akan diterima kepada perusahaan yang tidak menerapkan etika didalam bisnisnya karena memiliki unsur kecurangan. Hal lain yang menjadikan pelanggaran terhadap perusahaan yang tidak menerapkan etika didalam bisnisnya adalah pegawai perusahaan yang melakukan pelanggaran Pedoman Etika Bisnis dan Etika Kerja (*Code of Conduct*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pengenaan sanksi atas bentuk-bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh Komisaris dan Direksi, berpedoman pada anggaran dasar perusahaan dan keputusan RUPS. Sedangkan pengenaan sanksi terhadap pegawai perusahaan dilakukan sesuai dengan kesepakatan dalam Peraturan Disiplin Pegawai (PDP) maupun aturan kepegawaian yang berlaku. Pelaporan adanya dugaan pelanggaran yang dilakukan oleh pegawai tanpa disertai dengan bukti-bukti pelanggaran dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dari contoh pelanggaran diatas kita dapat mengambil kesimpulan bahwa yang menjadikan perusahaan untuk menerapkan etika di dalam bisnisnya bukanlah dari perusahaan itu sendiri melainkan adanya kejujuran dari para pegawai yang bekerja di perusahaan tersebut sehingga dapat menciptakan suasana kerja yang damai serta menjadikan perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang menerapkan etika didalam bisnisnya. (Nurhalim, 2023)

## **Etika Bisnis di Indonesia**

Etika bisnis merupakan sesuatu yang lama tetapi sekaligus baru. Sebagai sesuatu yang bukan baru, etika bisnis eksis bersamaan dengan hadirnya bisnis dalam masyarakat Indonesia, artinya usia etika bisnis sama dengan usia bisnis yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Dalam memproduksi sesuatu kemudian memasarkannya, masyarakat Indonesia tempo dulu juga telah berpatok pada pertimbangan-pertimbangan untung dan rugi. Namun dengan ciri khas masyarakat Indonesia yang cinta damai, maka masyarakat Indonesia termotivasi untuk menghindari konflik-konflik kepentingan termasuk dalam dunia bisnis. Secara normatif, etika bisnis di Indonesia baru mulai diberi tempat khusus semenjak diberlakukannya UUD 1945, khususnya pasal 33. Satu hal yang relevan dari pasal 33 UUD 45 ini adalah pesan moral dan amanat etis bahwa pembangunan ekonomi negara RI semata-mata demi kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia yang merupakan subyek atau pemilik negeri ini. Jadi pembangunan ekonomi Indonesia sama sekali tidak diperuntukkan bagi segelintir orang untuk memperkaya diri atau

untuk kelompok orang tertentu saja yang kebetulan tengah berposisi strategis melainkan demi seluruh rakyat Indonesia. Dua hal penting yang menjadi hambatan bagi perkembangan etika bisnis di Indonesia adalah budaya masyarakat Indonesia dan kondisi sosial politik di Indonesia.

## KESIMPULAN

Etika bisnis merupakan elemen fundamental dalam operasional perusahaan, terutama di era persaingan global. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, menjaga reputasi, dan menciptakan nilai jangka panjang. Pelanggaran etika bisnis, seperti manipulasi laporan keuangan atau praktik produksi yang tidak sesuai standar, dapat berdampak negatif terhadap keberlanjutan perusahaan. Sebaliknya, penerapan etika bisnis yang baik mendukung terciptanya persaingan sehat dan memaksimalkan kepuasan pelanggan. Untuk mewujudkan lingkungan bisnis yang etis, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam penegakan aturan serta peningkatan kesadaran akan pentingnya etika dalam dunia bisnis.

## REFERENSI

- Butarbutar, B. (2019). Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1), 187-195. Diambil kembali dari <https://dinastirev.org/JIMT>
- Devinda Ramdani, A. A. (2024). Kajian Literature: Peranan Etika Dalam Suatu Perusahaan Bisnis. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(1), 181-198. doi:<https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2200>
- Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta*.
- Mariana, K. (2023). PERANAN ETIKA BISNIS DALAM MENGHADAPI GLOBAL WARMING DI ERA GLOBALISASI. *JUKIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 30-35.
- Muhammad Andre Alkahfi, Z. M. (2022). Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. *ManBiz: Journal of Management & Business*, 1(2), 75-88. doi:10.47467/manbiz.v1i2.1675
- Nurhalim, A. D. (2023). Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya dalam Kemajuan Perusahaan. *JIKB: Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, XIV(2a), 11-20.
- Pratantia Aviatri, A. P. (2021). ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA PERUSAHAAN DAGANG. *ACCOUNTHINK : Journal of Accounting and Finance*, 6(2), 194-205.
- Widiyawati, D. (2023). Analisis Peranan Penting Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis. *Jurnal Mimbar Administrasi*, 20(1).