



Penerbit  
Gita Lentera

# ETIKA BISNIS

**Raymond, S.E., M.Sc.**

**Nurmansyah, S.E., Sy.**

**Dian Lestari Siregar, S.E., M.Si.**

**Ramadhania, S.Pd., M.Pd.E.**

**Felix Chandra, S.E., M.M.**

**Dr. Dwi Wahyono, S.E., M.M.**

**Janet Wilsye Litvally, SE., M.Si.**

**Zuhdi Arman, M.H.**

**Erifa, S.E., M.Pd.E.**

**Anna V C de Fretes, S.E., M.M.**

**Awa, S.Sos., M.M.**

**Dr. Herlina, S.Pd., M.Pd.**

**Dr. KRT. Akhir Lusono, S.Sn., M.M.**

**Editor: Rika Desiyanti, S.E., M.Si., Ph.D.**

# ETIKA BISNIS

## **Penulis:**

Raymond, S.E., M.Sc.

Nurmansyah, S.E., Sy.

Dian Lestari Siregar, S.E., M.Si.

Ramadhania, S.Pd., M.Pd.E.

Felix Chandra, S.E., M.M.

Dr. Dwi Wahyono, S.E., M.M.

Janet Wilsye Litualy, SE., M.Si.

Zuhdi Arman, M.H.

Erita, S.E., M.Pd.E.

Anna V C de Fretes, S.E., M.M.

Awa, S.Sos., M.M.

Dr. Herlina, S.Pd., M.Pd.

Dr. KRT. Akhir Lusono, S.Sn., M.M.

## **Editor:**

Rika Desiyanti, S.E., M.Si., Ph.D.

Penerbit CV. Gita Lentera



## **Etika Bisnis**

### **Penulis:**

Raymond, S.E., M.Sc.  
Nurmansyah, S.E., Sy.  
Dian Lestari Siregar, S.E., M.Si.  
Ramadhania, S.Pd., M.Pd.E.  
Felix Chandra, S.E., M.M.  
Dr. Dwi Wahyono, S.E., M.M.  
Janet Wilsye Lituely, SE., M.Si.  
Zuhdi Arman, M.H.  
Erita, S.E., M.Pd.E.  
Anna V C de Fretes, S.E., M.M.  
Awa, S.Sos., M.M.  
Dr. Herlina, S.Pd., M.Pd.  
Dr. KRT. Akhir Lusono, S.Sn., M.M.

**Editor:** Rika Desiyanti, S.E., M.Si., Ph.D.

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang  
©All right reserved

ISBN: 978-623-8548-27-9

Layouter : Tim Gita Lentera  
Desain Sampul : Tim Gita Lentera  
Penerbit : CV. Gita Lentera  
Perm. Permata Hijau Regency blok F/1 Kel.  
Pisang, Kec. Pauh, Padang Kel. Pisang, Kec. Pauh,  
Padang  
Website: <https://gitalentera.com>  
Email: [git4lenter4@gmail.com](mailto:git4lenter4@gmail.com)  
Anggota IKAPI

Cetakan Pertama, Maret 2024

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.



# Etika Bisnis

## KATA PENGANTAR

Selamat datang dalam perjalanan etika di dunia bisnis. Bisnis tidak sekadar sebuah entitas ekonomi yang bergerak dalam ranah keuntungan semata, melainkan juga sebuah wadah yang menyalurkan nilai-nilai, moral, dan prinsip-prinsip kehidupan. Sebuah dunia yang menerangi jalan dengan pertanyaan-pertanyaan mendalam mengenai bagaimana kita harus berinteraksi, bertransaksi, dan berinovasi tanpa mengorbankan integritas dan keadilan.

Dalam era yang terus berubah ini, Etika Bisnis bukanlah sekadar topik pilihan, melainkan suatu keharusan yang membangun fondasi yang kokoh bagi masyarakat dan keberlanjutan bisnis itu sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Albert Schweitzer, seorang filsuf dan teolog, "Bisnis yang sukses memerlukan perhatian yang intensif terhadap masa depan, serta tanggung jawab yang jelas dan tegas terhadap dampaknya terhadap semua yang terlibat." Dalam konteks ini, etika bukanlah hanya tambahan atau aksesoris, melainkan fondasi yang menopang eksistensi bisnis itu sendiri.

Buku ini mengajak Anda untuk menjelajahi kompleksitas dunia Etika Bisnis dari berbagai sudut pandang. Mulai dari pertimbangan moral dalam pengambilan keputusan bisnis hingga penerapan praktisnya dalam strategi perusahaan, kami menyajikan pemahaman yang mendalam dan aplikatif untuk membantu Anda memahami serta mengimplementasikan prinsip-prinsip etika dalam dunia bisnis.

Terima kasih kepada para penulis yang telah dengan gigih merangkai pemikiran mereka dalam buku ini, serta kepada para pembaca yang telah memilih untuk mendalami topik ini dengan kami. Semoga buku ini memberikan pencerahan dan inspirasi bagi setiap individu yang terlibat dalam dunia bisnis, baik sebagai pemimpin, karyawan, atau konsumen.

Selamat membaca, dan mari bersama-sama membawa etika

sebagai landasan yang kokoh dalam menjalani setiap langkah dalam dunia bisnis.

Salam,

Maret 2024

**Tim Penulis**



# Etika Bisnis

## SINOPSIS

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, penting bagi setiap pelaku bisnis untuk memahami betapa pentingnya mengintegrasikan etika dalam setiap aspek kegiatan bisnis mereka. Di dalam halaman-halaman buku ini, pembaca akan diajak untuk merenungkan konsep-konsep etika yang relevan dalam konteks bisnis. Mulai dari tanggung jawab sosial perusahaan hingga pertimbangan etis dalam pengambilan keputusan, setiap topik dianalisis dengan cermat dan diilustrasikan dengan studi kasus nyata serta pemikiran dari para ahli.

Buku "Etika Bisnis" menggali konsep-konsep moral dan prinsip-prinsip etika yang berkaitan dengan dunia bisnis serta tantangan dan dinamika yang ada. Dengan menyoroti tantangan dan peluang dalam mengintegrasikan nilai-nilai etika dalam praktik bisnis, buku ini menawarkan pandangan mendalam tentang pentingnya memperhitungkan aspek moral dalam pengambilan keputusan bisnis. Melalui analisis studi kasus dan gagasan dari para ahli, pembaca diundang untuk mempertimbangkan tanggung jawab sosial perusahaan dan pertimbangan etis dalam berbagai konteks bisnis. Buku ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi dan pemahaman bagi para pelaku bisnis yang ingin menjalankan usaha mereka dengan integritas dan keberlanjutan.



# Etika Bisnis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>SINOPSIS</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>PENGANTAR ETIKA BISNIS</b> .....	<b>1</b>
1.1. Pengertian Etika .....	1
1.2. Perspektif etika Bisnis .....	3
1.3. Prinsip Etika.....	6
<b>LANDASAN ETIKA BISNIS</b> .....	<b>9</b>
2.1. Landasan Etika Bisnis dalam Pandangan Norma Hukum .....	9
2.2. Etika Bisnis dalam Pandangan Islam .....	16
<b>SISTEM BISNIS</b> .....	<b>27</b>
3.1. Pendahuluan .....	27
3.2. Fungsi dan Aktifitas Bisnis.....	29
3.3. Bentuk sistem Bisnis.....	30
3.4. Elemen sistem bisnis .....	33
<b>ETIKA KERJA DAN LINGKUNGAN</b> .....	<b>36</b>
4.1 Konsep Etika Kerja.....	36
4.2 Pentingnya Penerapan Etika Kerja .....	38
4.3 Cara Mengembangkan Etika Kerja .....	38
4.4 Manfaat Etika Kerja.....	39
4.5 Etika Dalam Lingkungan Kerja.....	40
4.6 Prinsip Etika Kerja.....	41
<b>ETIKA DALAM PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA</b> .....	<b>44</b>
5.1. SDM dan Pengelolaan SDM.....	44

5.2. Hak dan Kewajiban SDM Sebagai Dasar Etika.....	45
5.3. Masalah Etika Dalam Pengelolaan SDM .....	48
5.4. Standar Etika Dalam Pengelolaan SDM Dunia Bisnis .....	51
5.5. Manfaat Etika Bisnis Dalam Pengelolaan SDM .....	52
5.6. Memaksimalkan Penerapan Etika Dalam Pengelolaan SDM .....	54
<b>TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN .....</b>	<b>58</b>
6.1 Corporate Social Responsibility.....	58
6.2 Implementasi CSR dalam Praktik Bisnis .....	62
6.3 CSR dan Dampak Sosial dan Lingkungan.....	63
6.4 Kewajiban CSR di Indonesia .....	64
6.5 Tantangan dan Peluang dalam Implementasi CSR.....	66
<b>ETIKA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS .....</b>	<b>78</b>
7.1. Hakekat Etika dalam Bisnis .....	78
7.2. Peran Etika Dalam Bisnis.....	79
7.3. Teori Pengambilan Keputusan .....	81
<b>ETIKA PRODUKSI DAN DISTRIBUSI.....</b>	<b>90</b>
8.1. Prinsip-prinsip Etika dalam Produksi.....	90
8.2. Prinsip-prinsip Etika dalam Distribusi .....	91
8.3. Dampak Etika Produksi dan Distribusi .....	92
<b>INVESTASI DAN PENGEMBANGAN PERTANIAN.....</b>	<b>96</b>
9.1 Investasi dalam pertanian .....	96
9.2 Jenis-Jenis Potensi Investasi Sektor Pertanian.....	97
9.3 Pengembangan Pertanian .....	104
9.4 Revitalisasi System Inovasi Teknologi .....	105
9.5 Pengembangan akses jaringan komunikasi. ....	106
<b>ETIKA DALAM HUBUNGAN BISNIS.....</b>	<b>110</b>
10.1 Pengertian Etika.....	110
10.2 Pengertian Bisnis .....	110
10.3 Pengertian Etika dalam Hubungan Bisnis.....	111
10.4 Teori-teori Etika dalam hubungan bisnis.....	111
10.5 Tujuan Etika dalam Hubungan Bisnis .....	113



10.6 Manfaat Etika dalam Hubungan Bisnis.....	113
10.7 Prinsip Etika dalam Hubungan Bisnis.....	114
10.8 Faktor-faktor yang mempengaruhi Etika dalam Hubungan Bisnis.....	116
10.9 Contoh Etika dalam Hubungan Bisnis.....	118
<b>ETIKA DALAM TEKNOLOGI DAN INOVASI .....</b>	<b>122</b>
11.1 Konsep Etika Bisnis.....	122
11.2 Konsep Teknologi .....	125
11.3 Konsep Inovasi .....	127
11.4 Etika dalam Teknologi dan Inovasi.....	128
11.5 Penerapan Etika dalam Teknologi dan Inovasi .....	131
<b>ANALISIS KASUS ETIKA BISNIS KONTEMPORER.....</b>	<b>150</b>
12.1 Analisis Kasus Etika Bisnis .....	150
12.2 Analisis Kasus PT Freeport Indonesia di Irian Jaya.....	151
12.3 Analisis Kasus PLTU di Riau .....	154
12.4 Analisis Kasus Pelanggaran Etika Bisnis PLTU Riau-1 .....	155
12.5 Analisis Kasus Perusahaan Multinasional (MNC).....	155
<b>TANTANGAN MASA DEPAN DALAM ETIKA BISNIS.....</b>	<b>160</b>
13.1 Tren dan Konsep Etika Bisnis Masa Depan .....	160
13.2 Tantangan dan Dinamika Etika Bisnis .....	162
13.3 Tantangan Global dan Etika Bisnis .....	164
13.4 Inklusi dan Etika Keragaman .....	165
13.5 CSR: Tantangan dan Peluang dalam Implementasi Masa Depan .....	166

## PENGANTAR ETIKA BISNIS

*Oleh Raymond, S.E., M.Sc.*

### 1.1. Pengertian Etika

Secara etimologi kata etika berasal dari bahasa Yunani yang dalam bentuk tunggal yaitu ethos dan dalam bentuk jamaknya yaitu ta etha. “Ethos” yang berarti sikap, cara berpikir, watak kesusilaan atau adat. Kata ini identik dengan perkataan moral yang berasal dari kata latin “mos” yang dalam bentuk jamaknya Mores yang berarti juga adat atau cara hidup. Etika dan moral memiliki arti yang sama, namun dalam pemakaian sehari-harinya ada sedikit perbedaan dimana moral dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai/dikaji, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai yang ada dalam kelompok atau masyarakat tertentu (Ernawan, 2011)

Sedangkan menurut (Santoso, 2022) Etika adalah adat kebiasaan yang benar/ baik; yang dipertahankan, dijunjung tinggi serta diwariskan secara turun temurun. Etika sebagai ilmu mempelajari tentang benar-keliru, baik- buruk, hak- kewajiban moral

Menurut (Santoso, 2022) Tujuan etika adalah:

- a. Membantu mengambil sikap yang tepat pada saat menghadapi transformasi/ modernisasi, konflik nilai, serta mampu bersikap kritis terhadap ideologi baru.

- b. Sarana pembentukan sikap kritis mahasiswa dalam kapasitas sebagai anggota komunitas intelektual.

Metode etika:

- a. Kritis, pertanyaan seputar jujur dan adil.
- b. Sistemik, berada dalam tatanan yang menyeluruh, terstruktur, dan koherensif.

Jenis etika:

- a. Etika deskriptif: memaparkan perbuatan manusia 'apa adanya', tidak memberikan penilaian
- b. Etika normatif (preskriptif): memberi penilaian moral atas tindakan manusia.
- c. Meta-etika: melampaui etika, bertalian dengan logika, ungkapan/ ucapan/ bahasa moral

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi) guna memaksimalkan nilai keuntungan.

Aktivitas bisnis dilakukan sebagai suatu pekerjaan dari seseorang, atau aktifitas kelompok orang dan atau dilakukan oleh suatu organisasi. Banyak orang berniat dan termotivasi menciptakan bisnis untuk mendapatkan penghasilan. Dalam system kapitalis, bisnis / perusahaan didirikan untuk mendapatkan laba maksimal.

Jadi bisnis merupakan suatu lembaga menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam hal ini termasuk jasa dari pihak pemerintah dan swasta yang disediakan untuk melayani anggota masyarakat. Bisnis berarti sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa konsumen.

Jadi Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk,

benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip – prinsip moralitas. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai “daratan” atau tujuan – tujuan bisnisnya dengan selama (Badroen, 2006)

Menurut (Badroen, 2006) Tujuan umum etika bisnis adalah :

- a. Untuk mendapatkan konsep yang sama mengenai penilaian baik dan buruknya perilaku atau tindakan manusia dalam ruang dan waktu tertentu.
- b. Mengarahkan perkembangan masyarakat menuju suasana yang harmonis, tertib, teratur, damai dan sejahtera.
- c. Mengajak orang bersikap kritis dan rasional dalam mengambil keputusan secara otonom.<sup>1</sup>

## **1.2. Perspektif etika Bisnis**

Menurut (Ernawan, 2011) dan (Santoso, 2022) perspektif etika bisnis terbagi atas:

- a. Teori keadilan  
distribusi Inti dari teori ini bahwa “Perbuatan disebut etis bila menjunjung keadilan distribusi barang dan jasa” yang berdasarkan pada konsep fairness. Disini, suatu perbuatan adalah etikal bila berakibat pemerataan/kesamaan kesejahteraan dan beban sehingga konsep ini berfokus pada metode distribusinya. Distribusi sesuai bagian, kebutuhan, usaha, sumbangan sosial, dan sesuai jasa dengan ukuran hasil yang dapat meningkatkan kerjasama dalam/antara anggota masyarakat.
- b. Teori utilitarianism  
Teori etika yang paling mewakili pendekatan teology disebut utilitarianism. Teori ini mengarahkan dalam pengambilan

keputusan etika dalam pertimbangan manfaat terbesar bagi banyak pihak sebagai hasil akhirnya (the greatest good for the greatest number). Artinya, bahwa hal yang benar didefinisikan sebagai hal yang memaksimalkan apa yang baik atau meminimalisir apa yang berbahaya bagi kebanyakan orang.

c. Konsep Deontologi

Deontologi berasal dari kata Deon yang berarti tugas atau kewajiban. Apabila sesuatu dilakukan berdasarkan kewajiban, maka ia melepaskan sama sekali moralitas dari konsekuensi perbuatannya. Jadi, keputusan menjadi baik karena memang sesuai dengan kewajiban, dan dianggap buruk karena memang dilarang. Prinsip dasar konsep ini adalah tugas (duty) individu untuk kesejahteraan sesama dan kemanusiaan. Tipikal penganut pendekatan ini adalah orang-orang beragama (ikut ketentuan/ kewajiban dalam agama) dan orang hokum

d. Teori keutamaan

Dasar-dasar teori keutamaan bukanlah “aturan atau prinsip yang secara universal benar atau diterima”, namun “apa yang paling baik bagi manusia untuk hidup”. Dasar teori ini adalah tidak menyoroti perbuatan manusia semata, namun seluruh manusia sebagai pelaku moral. Mamandang sikap dan akhlak seseorang: adil, jujur, murah hati, dan lain-lain sebagai keseluruhan.

e. Teori Hukum Abadi (Eternal Law)

Dasar dari teori ini adalah bahwa perbuatan etis harus didasarkan ajaran kitab suci dan alam, namun permasalahan timbul karena kemudian agama menganjurkan meninggalkan keduniawian dengan meditasi (kegiatan spiritual saja) untuk menjadi orang sempurna.

- f. Teori Personal Libertarianism  
Dikembangkan oleh Robert Nozick, dimana perbuatan etikal diukur bukan dengan keadilan distribusi kekayaan namun dengan keadilan/kesamaan kesempatan bagi semua terhadap pilihan-pilihan yang ada (diketahui) untuk kemakmuran mereka. Teori ini dipercaya bahwa moralitas akan tumbuh subur dari maksimalisasi kebebasan individu.
- g. Teori Ethical Egoism  
Dalam teori ini maksimalisasi kepentingan individu dilakukan sesuai dengan keinginan individu yang bersangkutan.
- h. Teori Existentialism  
Tokoh yang mengembangkan paham ini adalah Jean-Paul Sartre. Menurutnya standar perilaku tidak dapat dirasionalisasikan. Tidak ada perbuatan yang benar-benar salah atau benar-benar atau sebaliknya. Setiap orang dapat memilih prinsip etika yang disukai karena manusia adalah apa yang ia inginkan dirinya sendiri.
- i. Teori Relativism  
Teori ini berpendapat bahwa etika itu bersifat relatif. Jawaban etika tergantung dari situasinya. Dasar pemikiran ini adalah bahwa tidak ada kriteria universal untuk menentukan perbuatan etis. Setiap individu menggunakan kriterianya sendiri-sendiri dan berbeda setiap budaya/negara. Masalah yang timbul dalam praktiknya adalah self-centered (egois), fokus pada diri manusia individu mengabaikan interaksi dengan pihak luar sistem dan pembuat keputusan tidak pikir panjang, semua tergantung kriterianya sendiri.
- j. Teori Hak (Right)  
Teori ini cenderung paling banyak digunakan dan populer untuk masa modern. Nilai dasar yang dianut adalah liberty (kebebasan). Perbuatan etis harus berdasarkan hak individu

terhadap kebebasan memilih. Setiap individu memiliki hak moral yang tidak dapat ditawa

### **1.3. Prinsip Etika**

Secara umum etika bisnis merupakan acuan cara yang harus ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, etika bisnis memiliki prinsip-prinsip umum yang dijadikan acuan dalam melaksanakan kegiatan dan mencapai tujuan bisnis yang dimaksud. Menurut (Untung, 2012) prinsip-prinsip etika bisnis tersebut sebagai berikut.

#### **a. Prinsip Otonomi**

Prinsip otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Orang bisnis yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis. Ia tahu mengenai bidang kegiatannya, situasi yang dihadapinya, apa yang diharapkan darinya, tuntutan dan aturan yang berlaku bagi bidang kegiatannya, sadar dan tahu akan keputusan dan tindakan yang akan diambilnya serta resiko dan akibat yang akan timbul baik bagi dirinya dan perusahaannya maupun bagi pihak lain

#### **b. Prinsip Kejujuran**

Prinsip kejujuran terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat – syarat perjanjian dan kontrak. Dalam mengikat perjanjian dan kontrak tertentu, semua pihak secara prioritas saling percaya satu sama lain, bahwa masing masing pihak tulus dan jujur dalam membuat perjanjian dan kontrak itu dan kontrak lebih dari itu serius serta

tulus dan jujur melaksanakan janjinya. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Dalam bisnis modern penuh persaingan, kepercayaan konsumen adalah hal yang paling pokok. Maka, sekali pengusaha menipu konsumen, entah melalui iklan, entah melalui pelayanan yang tidak etis sebagaimana di gambar – gemborkan, konsumen akan dengan mudah lari ke produk lain. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja internal dalam suatu perusahaan

c. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan, menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan

## DAFTAR PUSTAKA

- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Kencana Prenada Group.
- Ernawan, E. R. (2011). *Business Ethics*. Alfabeta.
- Santoso, T. (2022). *Etika Bisnis*.
- Untung, B. (2012). *Hukum Dan Etika Bisnis*. andi offset.



## BIODATA PENULIS



**Raymond, S.E., M.Sc.**

Dosen Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Univeritas Batam

Penulis lahir di Tanjungpinang tanggal 12 Desember 1986, Penulis merupakan seorang dosen dan praktisi dibidang kajian dan penelitian, penulis saat ini aktif di Universitas Batam dan telah berkarir dibidang Pendidikan selama 9 tahun, Selain sebagai dosen Penulis juga aktif diberbagai kegiatan organisasi seperti IMA, ISEI, ADRI dan ADI, penulis juga aktif diberbagai kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dibuktikan dengan memenangi berbagai hibah baik tingkat Universitas maupun tingkat nasional.

## LANDASAN ETIKA BISNIS

*Oleh Nurmansyah, SE.Sy.*

### 2.1. Landasan Etika Bisnis dalam Pandangan Norma Hukum

Hukum Bisnis mendasari setiap Upaya operasionalisasi bisnis modern. Dalam praktik hukum, Menurut Saban Echdar dalam bukunya tentang *Business Ethics* (Etika Bisnis dan Kewirausahaan), mengatakan bahwa hukum merupakan sudut pandang normatif dari sisi aturan main yang disepakati. Hukum menetapkan segala sesuatu yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan selama berbisnis. Hukum merupakan aturan bisnis, koridor dan acuan materiil untuk melaksanakan etika bisnis. Tanpa hukum mungkin etika sebagai dasar moralitas sebuah kegiatan bisnis mustahil dapat dilakukan. Hukum bisa saja tertulis, sementara etika merupakan perjanjian batin antara manusia dengan penciptanya. Walaupun terdapat hubungan erat antara norma hukum dan norma etika, namun dua macam norma itu tidak sama. Hukum tetap harus didasari etika agar dapat memberikan pertimbangan hukum yang adil dan bisa dinilai bermoral (Echdar, 2009).

Etika bisnis memiliki nilai yang signifikan bagi setiap organisasi atau perusahaan yang akan dijalankan dan atau pun sedang dijalankan bagi setiap pelaku bisnis saat ini. Pada suatu perusahaan, etika bisnis diperlukan untuk membangun ekosistem organisasi yang

kuat dan kompetitif demi mencapai dari apa yang telah direncanakan bagi setiap organisasi secara terstruktur yaitu tujuan dari perusahaan itu sendiri. Diantaranya profitabilitas, growth, dan survivability melalui setiap keunggulan sebuah perusahaan karena telah menerapkan etika bisnis yang cukup baik.

Hal ini, tentunya demi mencapai kesuksesan dari sebuah perusahaan atau organisasi yang menjalankan bisnis membutuhkan berbagai landasan etika bisnis untuk memperkuat jalannya sebuah bisnis yang akan dijalankan oleh perusahaan atau organisasi tersebut. Dalam kebanyakan kasus, hal ini dimulai dengan sistem proses yang transparan yang didukung oleh perencanaan strategis, organisasi yang baik, budaya perusahaan yang terpercaya dan etika bisnis yang dijalankan secara konsisten.

Kegiatan perdagangan dan bisnis tidak pernah lepas dari sorotan etika termasuk norma-norma sebagai aturan bisnis didalamnya. Masalah etika dalam bisnis mungkin sama tuanya dengan bisnis itu sendiri, dalam hal masalah praktik penipuan, pengurangan timbangan atau takaran barang, dan kebohongan dalam bisnis adalah contoh spesifik hubungan antara etika dan bisnis. Dengan demikian, dengan adanya landasan etika bisnis dalam hal ini terbitnya sebuah aturan atau hukum yang mengatur tentang perilaku bisnis tentunya dapat memperkecil permasalahan penyimpangan yang kerap terjadi dalam dunia bisnis saat ini.

Masalah etika adalah situasi di mana seseorang harus memilih antara serangkaian tindakan yang mungkin etis atau tidak etis. Ini membantu kita mengembangkan aturan dan prinsip (norma) untuk menilai dan membimbing dalam pengambilan keputusan yang berarti. Jadi etika bisnis adalah sistem kepercayaan *ethical* dan etika yang memandu nilai-nilai, perilaku dan keputusan organisasi bisnis serta individu-individu dalam organisasi itu. Beberapa persyaratan etis untuk bisnis ditetapkan menjadi undang-undang. Peraturan

lingkungan, upah *least territorial* adalah beberapa contoh etika bisnis yang ditetapkan pemerintah.

Menurut Eri Marlapa (2021), Etika bisnis dalam perusahaan adalah suatu bentuk etika terapan atau etika professional yang meneliti prinsip-prinsip serta masalah etika dan ethical yang muncul dalam lingkungan perusahaan. Juga dapat didefinisikan sebagai prinsip dan nilai tertulis maupun tidak tertulis, yang ditentukan oleh budaya perusahaan, yang mengatur tindakan dan keputusan dalam perusahaan itu. Ini berlaku untuk semua aspek perilaku bisnis, baik individu dan perusahaan maupun Masyarakat (Marlapa, 2021).

Etika bisnis adalah istilah subyektif. Namun, mudah untuk mengidentifikasi praktek bisnis yang tidak etis, seperti mempekerjakan pekerja anak, menerima suap, atau secara ilegal menggunakan materi ber hak cipta. Tanpa adanya etika dalam berbisnis yang mencakup norma yang mengikat jalannya suatu bisnis dalam perusahaan, bisa mengakibatkan persaingan tidak sehat antar perusahaan, kekacauan dalam lingkungan perusahaan, konsumen dirugikan, pencemaran lingkungan dan bahkan memunculkan praktek monopoli perdagangan.

Perkembangan industri bisnis tanpa adanya kecurangan di dalamnya menjadi harapan setiap insan, terlebih kepada para pelaku usaha yang ada di Indonesia. Sebagai salah satu bukti bahwa, kehadiran sebuah landasan hukum berupa undang-undang yang mengatur seluruh aspek dalam menjalankan bisnis atau berdagang sudah sejak lama masyarakat Indonesia menantikannya terkhusus pada aturan yang mengatur persaingan sehat dalam berbisnis.

Keinginan itu didorong oleh munculnya praktik-praktik perdagangan yang tidak sehat, terutama karena penguasa sering memberikan perlindungan ataupun *privileges* kepada para pelaku bisnis tertentu, sebagai bagian dari praktik-praktik kolusi, korupsi, kroni dan nepotisme. Salah satu sumber undang-undang yang

menjadi tuntutan masyarakat akan reformasi total dalam tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara, termasuk penghapusan kegiatan monopoli di segala sektor yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Dari konsiderans menimbang Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dapat diketahui falsafah yang melatardepani kelahirannya dan sekaligus memuat urgensi dan dasar pikiran perlunya disusun undang-undang tersebut. Setidaknya memuat tiga hal, yaitu:

1. Bahwa pembangunan bidang ekonomi harus ***diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat*** berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
2. Bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki ***adanya kesempatan yang sama*** bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi dan pemasaran barang dan/atau jasa, dalam ***iklim usaha yang sehat, efektif, dan efisien***, sehingga dapat mendorong ***pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar***;
3. Bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia ***harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar***, sehingga tidak menimbulkan ***adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu***, dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh Negara Republik Indonesia terhadap perjanjian-perjanjian internasional.

Sementara itu, Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga menyatakan antara lain:

*“Memperhatikan situasi dan kondisi tersebut di atas, menuntut kita untuk mencermati dan menata kembali kegiatan usaha di Indonesia, agar dunia usaha dapat tumbuh serta berkembang secara sehat dan benar, sehingga tercipta iklim persaingan usaha yang sehat, serta terhindarnya pemusatan kekuatan*

*ekonomi pada perorangan atau kelompok tertentu, antara lain dalam bentuk praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang merugikan masyarakat, yang bertentangan dengan cita-cita keadilan sosial. Oleh karena itu, perlu disusun undang-undang tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dimaksudkan untuk **menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang sama** bagi setiap pelaku usaha di dalam upaya untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat. Undang-undang ini memberikan jaminan kepastian hukum untuk lebih mendorong percepatan pembangunan ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umum, serta sebagai implementasi dari semangat dan jiwa Undang-Undang Dasar 1945” (Nainunis, 2021).*

Dengan demikian kelahiran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan yang sama kepada setiap pelaku usaha dalam berusaha, dengan cara mencegah timbulnya praktek-praktek monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat lainnya dengan harapan dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif, di mana setiap pelaku usaha dapat bersaing secara wajar dan sehat. Untuk itu diperlukan aturan hukum yang pasti dan jelas yang mengatur larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat lainnya.

Menurut Rachmadi Usman (2008), terdapat beberapa perundang-undangan yang ada sebelum lahirnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur secara selintas ketentuan yang berkaitan dengan persaingan usaha yang sehat, yaitu diantaranya (Usman, 2008):

#### **1. Kitab Undang-undang Hukum Perdata**

Pelaku usaha yang menderita kerugian sebagai akibat dari persaingan usaha yang tidak jujur dan tidak sehat yang dilakukan

pesaing usahanya, dapat menuntut pelaku usaha yang bersangkutan berdasarkan ketentuan dalam Pasal 1365 KUH Perdata, sepanjang dapat dibuktikan, bahwa adanya hubungan kausal antara perbuatan yang dilakukan pesaing usahanya dengan kerugian yang dideritanya sebagai akibat dari perbuatan pesaing usahanya, sehingga mewajibkan pesaing usahanya untuk bertanggung gugat. Karena dalam ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata dinyatakan, bahwa “tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karenasalahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.

## **2. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana**

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dapat dijumpai sebuah pasal yang melarang bagi pihak untuk melakukan perdagangan curang, perbuatan curang dalam perdagangan atau persaingan curang. Pasal dimaksud adalah Pasal 382 bis yang bunyinya sebagai berikut:

*“Barangsiapa untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan milik sendiri atau orang lain, melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang tertentu, diancam, jika perbuatan itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain karena persaingan curang, dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak tiga belas ribu lima ratus rupiah”.*

- 3. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1960 tentang Peraturan Dasar Pokok-pokok Agraria** Secara tersurat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1960 tentang Peraturan Dasar Pokok-pokok Agraria, yang dikenal dengan UUPA telah melarang dan mencegah monopoli dibidang pertanahan. Ketentuan dalam

ketentuan Pasal 13 ayat (2) UUPA menetapkan, bahwa pemerintah mencegah adanya usaha-usaha dalam lapangan agraria dari organisasi- organisasi dan perseorangan yang bersifat monopoli swasta. Artinya, bagi pihak swasta dilarang mutlak memonopoli usaha dalam lapangan agraria. Karena itu, maka pemerintah berkewajiban untuk mencegah adanya organisasi dan usaha-usaha perseorangan dalam lapangan agraria yang bersifat monopoli swasta. Bukan saja usaha swasta, tetapi juga usaha-usaha Pemerintah yang bersifat monopoli harus dicegah jangan sampai merugikan rakyat banyak. Bagi negara dimungkinkan memonopoli usaha-usaha dalam lapangan agraria sepanjang tidak merugikan masyarakat dan diselenggarakan dengan undang- undang. Kemungkinan ini ditetapkan dalam Pasal 13 ayat (3) UUPA yang menyatakan, bahwa usaha-usaha Pemerintah dalam lapangan agraria yang bersifat monopoli hanya dapat diselenggarakan dengan undang-undang.

#### **4. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian**

Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian terdapat ketentuan yang bermaksud mencegah perbuatan monopoli dan persaingan tidak sehat antara perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan industri, sehingga tidak merugikan masyarakat.

#### **5. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas**

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas ada juga menyentil tentang persaingan curang dalam perdagangan ini secara sangat simpel, yaitu ketika mengatur mengenai perusahaan yang merger, akuisisi dan konsolidasi. Memang seperti telah bersama-sama kita maklum bahwa tindakan-tindakan berupa merger, akuisisi, dan konsolidasi



sangat rentan terhadap munculnya tindakan monopoli atau penumpukan kekuasaan yang besar dalam satu atau beberapa tangan. Karena itulah Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 mengaturnya.

#### **6. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil**

Persoalan persaingan usaha di kalangan usaha kecil ternyata juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Pengaturannya dapat dijumpai pada bab keempat mengenai iklim usaha yang secara detail dijabarkan lebih lanjut dalam ketentuan Pasal 6 dan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995.

Dari pandangan di atas dapat disimpulkan bahwa, norma hukum atau undang-undang yang mengatur tentang bagaimana persaingan usaha yang sehat sangatlah erat kaitannya dengan sebuah etika bisnis. Tentunya semua dapat diterapkan dalam suatu perusahaan dengan menjadikannya sebagai landasan utama etika bisnis untuk memandu jalannya sebuah Perusahaan, sehingga dapat menciptakan perusahaan yang terbebas dari hal-hal perilaku menyimpang yang dapat merugikan termasuk di dalamnya perusahaan itu sendiri serta pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya.

#### **2.2. Etika Bisnis dalam Pandangan Islam**

Pemikiran tentang etika bisnis sangatlah didorong oleh realitas bisnis yang mengabaikan nilai-nilai moralitas. Pihak yang menjalankan bisnis cenderung menjalankan bisnis atau aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan sekedar bagaimana memperoleh keuntungan semata. Oleh karena itu, berbagai cara apa pun dilakukannya demi meraih tujuan yang diinginkannya.

Mengabaikan nilai-nilai moralitas dalam lingkup berdagang adalah sebuah perilaku curang yang dapat merugikan berbagai pihak,

pemikiran-pemikiran bisnis seperti tentunya tidak terlepas dengan konsekuensi dalam bertindak. Apabila aspek moralitas tidak bisa dipakai untuk menilai bisnis dalam persaingan bisnis, dianggap sebagai kegagalan dan akan menghalangi kesuksesan bagi pelakunya. Dengan adanya pandangan demikian, ide mengenai etika bisnis bagi banyak pihak, termasuk ahli ekonomi, merupakan hal yang problematik dan sangat dibutuhkan.

Realitas bisnis kekinian saat ini, memiliki kecenderungan bisnis yang mengabaikan etika. Persaingan dalam dunia bisnis adalah persaingan kekuatan modal. Pelaku bisnis dengan modal besar berusaha memperbesar jangkauan bisnisnya hingga para pengusaha kecil (pemodal kecil) semakin terseret dan terpinggirkan. Adanya praktek monopoli dan oligapoli semakin memperparah kondisi saat ini. Demikian juga praktik kolusi, korupsi, dan nepotisme (KKN) telah memainkan peran penting dalam proses tersebut.

Adanya rasa ketidakadilan yang kadang dirasakan bagi pelaku bisnis menengah ke bawah, membuat pemikiran etika bisnis Islam muncul ke permukaan bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Berlandaskan bahwa Islam adalah agama yang sempurna, tentu dengan Kumpulan aturan-aturan ajaran dan nilai-nilai di dalamnya yang dapat mengantarkan manusia dalam kehidupan menuju tujuan kebahagiaan hidup baik di dunia maupun di akhirat.

Menurut R. Lukman Fauroni, Islam merupakan agama yang memberikan cara hidup terpadu mengenai aturan-aturan aspek social, budaya, ekonomi, sipil, dan politik. Islam juga merupakan suatu system untuk seluruh aspek kehidupan, termasuk sistem spiritual maupun system perilaku ekonomi dan politik (Fauroni, 2006).

Dalam perkembangan etika bisnis Islam tidak sedikit dipahami sebagai representasi dan pengjewantahan dari aspek hukum. Misalnya jual beli **gharar** (judi) menimbun, mengurangi timbangan,

dan lainnya. Pada tataran ini, etika bisnis Islam, tak jauh berbeda dengan pengejawantahan hukum dalam fiqh muamalah. Dengan demikian, maka pengembangan etika bisnis Islam yang mengedepankan etika sebagai landasan filosofisnya merupakan agenda yang signifikan untuk dikembangkan.

Dari latar belakang di atas, dalam perspektif kajian ekonomi Islam tentang norma yang mengatur lini kehidupan manusia dalam berdagang atau berbisnis tidak terlepas dari pada prinsip-prinsip jual beli yang terkandung dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Persepektif Al-Qur'an dan Sunnah nabi mengkaji bahwa etika bisnis mengedepankan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya.

Kajian ini bertujuan menolak anggapan bahwa bisnis hanyalah suatu aktivitas keduniaan yang terpisah dari persoalan etika, padahal persoalan berdagang atau berbisnis juga mengembangkan prinsip-prinsip etika bisnis yang mengacu pada dua sumber yaitu Al-Qur'an dan Sunnah yang merupakan landasan hukum dalam Islam yang juga diterapkan pada zaman bisnis yang dijalankan oleh nabi dahulu kala. Kajian ini juga sebagai upaya konseptualisasi sekaligus mencari landasan persoalan praktik-praktik bisnis.

#### **a. Al-Qur'an sebagai Landasan Hukum Etika Bisnis**

Al-Qur'an merupakan wahyu yang diturunkan dengan berbagai aspek tujuan bagi sumber daya yang ada di muka bumi ini. Diantara tujuan tersebut adalah untuk membasmi Rantai kemiskinan material dan spiritual, kebodohan, penyakit dan penderitaan hidup, serta pemerasan manusia atas manusia dalam bidang social, ekonomi, politik, dan juga agama. Tentunya kesemua ini adalah juga bertujuan demi kesejahteraan bagi para pelaku bisnis, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah.

Al-qur'an juga merupakan sebagai sumber ajaran agama Islam yang menyangkut semua dimensi kehidupan manusia, tidak hanya pada aspek kehidupan berbisnis atau berdagang, tetapi berbagai

instrumen kehidupan lainnya. Al-Qur'an memiliki tujuan dan eksistensinya tersendiri, yang Dimana sebagai sumber ajaran yang memuat nilai-nilai dan norma-norma yang mengatur aktivitas-aktivitas manusia termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surah As-Syura [42]: 20 yang artinya :

*“Siapa yang menghendaki balasan di akhirat, akan Kami tambahkan balasan itu baginya. Siapa yang menghendaki balasan di dunia, Kami berikan kepadanya Sebagian darinya (balasan dunia), tetapi ia tidak akan mendapat bagian sedikitpun di akhirat.” (QS. As-Syura [42]: 20).*

Berdasarkan nash tersebut, semakin jelas bahwa sudah semestinya niat dalam berdagang tidak lain adalah untuk memperoleh Ridha Allah SWT atau niat akhirat, sebagaimana yang diteladankan oleh Rasulullah SAW. Dengan niat seperti, Allah SWT dan Rasulullah SAW juga telah memberikan jaminan kesuksesan yang tidak hanya dirasakan di dunia, tetapi juga di akhirat. Bisnis dengan niat yang benar seperti ini pun selain dapat mengarahkan pada keberkahan pendapatan, juga dapat mendatangkan pahala.

#### **b. As-Sunnah sebagai Landasan Hukum Etika Bisnis**

Rasulullah SAW adalah orang yang sangat ketat dalam menjamin kehalalan penghasilannya, yang bertalian dengan jaminan kehalalan segala sesuatu yang dikonsumsi olehnya. Jauh sebelum diangkat menjadi utusan Allah SWT, prinsip ini telah diterapkan oleh Rasulullah SAW. Sejak kecil, Rasulullah SAW berusaha mencari rezeki yang halal. Oleh karena itu, Rasulullah SAW kecil tidak pernah mau makan sesuatu yang bukan haknya. Rasulullah SAW lebih suka memakan makanan dari hasil tangannya sendiri tanpa unsur keburukan di dalamnya seperti kecurangan dalam berdagang, penipuan, pengurangan timbangan, menimbun, bahkan tatkala pentingnya dirinya tak ingin merugikan orang lain.

Sepanjang dalam Sejarah manusia diciptakan dan di saat manusia beraktivitas di muka bumi ini, Rasulullah SAW adalah menjadi salah satunya yang dapat menjadi suri tauladan bagi kita semua, khususnya dalam berperilaku di saat beraktivitas jual beli atau berdagang. Dalam bidang ekonomi, Rasulullah SAW sangatlah mahir dalam berdagang, bahkan sejak berusia 20 tahun ia sudah merasakan yang namanya sukses dalam berbisnis. Tentunya semuanya tidak terlepas dari sifat kejujuran yang ia miliki dikala itu.

Rasulullah SAW sangatlah tidak menyukai dan bahkan menolak transaksi yang mengandung unsur **maysir** (gambling/perjudian), **gharar** (ketidakpastian), seperti penipuan harga, dan sebagainya, ketidakpastian hingga puncaknya adalah riba.

Menurut Qorirah (2023), dalam bukunya yang bertajuk *Bisnis Sukses Cara Nabi* mengatakan bahwa usaha-usaha yang dilakukan Rasulullah SAW dalam berdagang, tidak lain adalah untuk mewujudkan niat bisnisnya, yakni untuk memperoleh rezeki yang halal. Saking pentingnya penjaminan rezeki halal dalam bisnis, Rasulullah SAW juga pernah menegaskan bahwa kelak aka nada zaman, di mana orang-orang tidak lagi memperhatikan sumber kehalalan pendapatannya (Qorirah, 2023).

Kondisi seperti ini sangat dikhawatirkan Rasulullah SAW terjadi, sebagaimana dijelaskan dalam sabdanya :

*“Akan datang suatu zaman di mana manusia tidak lagi peduli dari mana mereka mendapatkan harta, apakah dari usaha yang halal atau haram.” (HR. Bukhari).*

Betapa pentingnya menjamin kehalalan rezeki yang didapat, sebagai perwujudan niat yang benar dalam bisnis, Rasulullah SAW juga telah mewanti-wanti umat Islam untuk hidup secara halal. Setelah memberikan teladan dengan sikap yang tegak dalam menjamin kehalalan rezeki yang didapat dalam bisnis, Rasulullah SAW juga menjelaskan bahanya rezeki yang diperoleh dengan cara

salah meskipun dimanfaatkan dalam jalan kebaikan melalui sabdanya sebagai berikut :

“Barang siapa memperoleh harta dengan cara dosa (tidak halal), lalu ia menggunakannya untuk menjalin silaturahmi, bersedekah, atau kepentingan di jalan Allah, niscaya Allah akan menghimpun semua hartanya itu lalu melemparkannya ke dalam neraka.” **(HR. Abu Dauwd).**

Kedua hadis tersebut, semakin tampak komitmen Rasulullah SAW dalam mengusahakan rezeki yang halal sepanjang hidupnya. Di samping itu, dapat dipahami pula bahwa rezeki yang didapat dengan cara yang salah tidak akan mendatangkan kemanfaatan dan keberkahan sama sekali di mata syariat.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa bagi para pelaku usaha saat ini, berbisnis tidak hanya semata-mata berbicara tentang meraup keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi penting dan perlu memperhatikan syariat-syariat Islam yang menjelaskan tentang etika dalam berbisnis yang baik. Dari penjelasan hadis di atas sangatlah penting untuk diaplikasikan dan menjadikannya sebagai landasan atau sumber hukum bagi kita dalam berbisnis.

### **2.3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Ditinjau pada Aspek Norma Hukum dan Hukum Islam**

Menurut Eri Marlapa, Etika Bisnis merupakan standar dan pedoman dalam melaksanakan segala bentuk pekerjaan yang berlandaskan pada sikap moral yang mengimplementasikan sikap kebaikan, kejujuran, transparansi, dan profesional. Dalam pandangan hukum umum terdapat beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang wajib diterapkan pada proses pengambilan sebuah Keputusan dalam menjalankan suatu bisnis diantaranya sebagai berikut :

- a. **Prinsip kejujuran**, adalah prinsip dasar yang merupakan kunci kesuksesan sebuah bisnis. Tanpa dilandasi prinsip kejujuran dalam

semua aktivitasnya maka sebuah bisnis tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang.

- b. **Prinsip otonomi**, dalam prinsip otonomi seseorang dituntut untuk mempunyai sikap dan kemampuan dalam mengambil Keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri dengan tepat serta bisa mempertanggungjawabkan Keputusan tersebut.
- c. **Prinsip keadilan**, dalam prinsip keadilan, semua pihak terkait yang memberikan kontribusi langsung atau tidak langsung terhadap keberhasilan bisnis, akan mendapatkan perlakuan yang sama dan adil.
- d. **Prinsip saling menguntungkan**, pada prinsip ini saling menguntungkan menuntut agar kegiatan bisnis yang dijalankan bisa menguntungkan semua pihak.
- e. **Prinsip integritas moral**, pada prinsip ini pelaku usaha dituntut untuk menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baiknya dan nama baik perusahaannya.

Sedangkan dalam perspektif Islam, terdapat beberapa prinsip etika bisnis yang diterapkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang yaitu :

- a. **Jujur dalam berbisnis**, kejujuran merupakan salah satu sifat wajib yang melekat pada diri Nabi Muhammad SAW, bahkan sebelum diutus sebagai rasul. Kejujurannya dalam berdagang, hingga beliau diberi julukan al-Amin dari Masyarakat.
- b. **Amanah dalam berbisnis**, sifat Amanah Rasulullah SAW juga tidak lepas dalam dirinya, sederhananya sifat Amanah harus melekat dalam diri seseorang agar ia dapat dipercaya. Terlebih lagi bagi para pelaku usaha.
- c. **Cerdas dalam berbisnis**, Rasulullah SAW tidak hanya jujur dan Amanah, hal ini dibuktikan Ketika dirinya berhasil dalam menggembala kambing. Tidak seperti penggembala biasanya,

ketelitian, ketelatenan, pengawasan dan sebagainya adalah salah satu cara yang diterapkan oleh Rasulullah, juga pada saat ia berdagang.

- d. **Berbisnis secara adil**, bagi Rasulullah SAW berlaku adil perlu diterapkan dalam berbisnis atau berdagang. Keadilan ialah melebihi dari hanya membagi rata bagian dengan ukuran yang sama, tetapi memberikan kepada orang yang berhak akan haknya, tidak mengurangi dan tidak pula menambahi.
- e. **Salang menguntungkan dalam berbisnis**, disaat berdagang Rasulullah SAW mengaplikasikan prinsip yang satu ini. Prinsip tersebut berhasil menghantarkan Rasulullah SAW disukai oleh sesama rekan bisnisnya, pemilik modal, hingga para pembeli.
- f. **Berbisnis tanpa riba**, riba merupakan salah satu transaksi yang sangat tidak disukai oleh Rasulullah dalam jual beli. Riba memang sering menyamar dalam transaksi bisnis, ia seolah bagian dari cara meraih keuntungan. Sederhananya, riba adalah segala bentuk tambahan yang terjadi pada transaksi jual beli maupun utang piutang.

Dari kedua aspek perspektif landasan hukum di atas, sangatlah jelas bahwa kegiatan yang melanggar etika bisnis sangatlah banyak merugikan banyak orang jika terus dilakukan. Begitupun sebaliknya, jika etika bisnis dijalankan dengan benar dan baik, maka semua pelaku usaha yang berperan penting didalamnya sangatlah diuntungkan. Tidak hanya untuk kehidupan di dunia, keuntungannya juga dipat diperoleh hingga akhirat yang biasa disebut dengan pahala.



## DAFTAR PUSTAKA

- Echdar, S. (2009). *Business Ethics and Entrepreneurship (Etika Bisnis dan Kewirausahaan)* (p. 20). Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Fauroni, R. L. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Pustaka Pesantren.
- Marlapa, E. (2021). *Modul Standar untuk digunakan dalam Perkuliahan di Universitas Mercu Buana*. 17–44.
- Nainunis. (2021). *Hubungan Antara Ta'zir Dan UU Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. *Jurnal Al-Fikrah*, 10(1), 49–60. <https://doi.org/10.54621/jiaf.v10i1.74>
- Qorirah. (2023). *Bisnis Sukses Cara Nabi SAW (Rahasia Bisnis Sukses dengan Prinsip & Strategi Rasulullah)*, 13, 135-154. Caesar Media Pustaka.
- Usman, R. (2008). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia* (pp. 33–35). Sinar Grafika.

## PROFIL PENULIS



**Nurmansyah, S.E. Sy.**

**Tempat Tanggal Lahir, Lemoa, 19 Desember 1996**

**Mahasiswa Pascasarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang**

Nurmansyah merupakan anak kelima dari tujuh bersaudara dari pasangan Numa (Ayah) dan Nina (Ibu). Orang tuanya merupakan seorang petani yang tengah berhasil mengantarkan kelima anak-anaknya sukses menempuh Pendidikan bergelar sarjana, dan salah satunya adalah Nurmansyah. Banyak prestasi telah diukir olehnya, diantaranya menjadi lulusan sarjana berprestasi dengan predikat nilai sempurna yaitu 4.00 dengan masa studi 3 tahun 8 bulan pada program studi S1 Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Representatif kecamatan Bontolempang pada pemilihan Putera-Puteri daerah kabupaten Gowa Taurungka Taulolo Gowa dan keluar sebagai juara 3 Taurungka Duta Wisata Gowa tahun 2021.

“Saya persembahkan karya perdana saya dalam bidang kepenulisan untuk kedua orang tua tercinta saya dan saudara-saudara saya yang telah memberikan dukungan terbaiknya hingga

saat ini. Genap berusia 27 tahun karya ini menjadi hadiah terbaik dalam hidup saya dan merupakan sebuah rasa Syukur atas nikmat yang diberikan oleh Allah SWT”.

## SISTEM BISNIS

*Oleh Dian Lestari Siregar, S.E., M.Si.*

### 3.1. Pendahuluan

Bisnis adalah suatu proses menciptakan suatu nilai yang dilakukan oleh individu atau sekumpulan orang (organisasi) melalui penciptaan barang atau jasa yang ditujukan untuk memuaskan masyarakat dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan melalui transaksi-transaksi. Bisnis dapat dilakukan oleh siapa saja yang memiliki keahlian dalam berbisnis, bertransaksi, dan sebagainya. Bisnis tidak selalu bertujuan untuk meraih keuntungan tetapi bisnis juga dapat bertujuan untuk menyejahterakan masyarakat. Bisnis yang bertujuan untuk menyejahterakan masyarakat biasanya dimiliki oleh pemerintah

Sistem bisnis di suatu Negara berbeda dengan yang dijalankan di Negara lain. System bisnis di Indonesia mungkin berbeda dengan system bisnis di Jepang ataupun di Amerika Serikat. Menurut (Harjadi & Fatmasari, 2015) menyebutkan bahwa factor utama perbedaan-perbedaan tersebut adalah perbedaan system ekonomi Negara dimana perusahaan itu berasal, dengan system ekonomi itulah perusahaan tersebut menjalankan sebagian besar bisnisbisnisnya. System ekonomi merupakan system Negara untuk mengalokasikan berbagai sumber daya kepada berbagai sumber daya kepada

berbagai warga negaranya.

Menurut (Harjadi & Fatmasari, 2015) Perbedaan utama system ekonomi terletak pada cara system itu mengelola factor produksi yang merupakan sumber daya dasar yang digunakan oleh bisnis di suatu Negara untuk menghasilkan barang dan jasa. Dahulu, factor produksi hanya berfokus pada empat factor produksi, yaitu tenaga kerja, modal, kewirausahaan dan sumber daya alam. Namun, dalam perspektif yang lebih baru cenderung meluaskan pandangan dalam memaknai factor produksi tersebut. Hal ini dipertegas oleh Griffin & Ebert (2005) yang menyebutkan bahwa dimasa sekarang perlu memasukkan factor sumber daya informasi sebagai bagian dari factor produksi. Adapun factor-factor produksi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan factor utama dalam setiap kegiatan bisnis. Factor tenaga kerja merupakan kontribusi orang-orang yang bekerja dengan memberikan segenap kemampuannya baik secara fisik maupun mental kepada suatu bisnis. Sebagai missal suatu perusahaan yang memiliki perusahaan yang memiliki ribuan karyawan, maka operasional besar tersebut membutuhkan sumber daya manusia dengan berbagai keahlian.

b) Modal

Modal dibutuhkan untuk memulai bisnis maupun menjaga perusahaan tersebut dapat tetap beroperasi serta untuk pengembangan dimasa yang akan datang. Modal dapat bersumber baik dari internal perusahaan yang berasal dari para pemilik maupun dari eksternal perusahaan yang berasal dari sumber pinjaman. Pemenuhan kebutuhan modal bertujuan agar perusahaan tetap dapat beroperasi dengan stabil untuk memenuhi tujuan pencapaian laba.

c) Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan sikap mental dari individu yang menanggung resiko dan peluang yang ditimbulkan oleh penciptaan dan pengoperasian bisnis. Kemampuan daya kreatif yang didukung oleh kemampuan konseptual dan teknis merupakan factor penggerak perekonomian melalui penciptaan bisnis yang dapat menciptakan dinamika perekonomian suatu Negara.

d) Sumber Daya Fisik

Sumber daya fisik merupakan hal-hal berwujud yang digunakan organisasi bisnis dalam rangka menjalankan bisnis mereka. Sumber daya tersebut meliputi sumber daya alam, bahan baku, fasilitas perkantoran dan produksi, perlengkapan serta peralatan lainnya. Sumber daya fisik merupakan factor yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional bisnis sebagai input utama dalam proses produksi untuk menghasilkan barang maupun jasa. Ketersediaan sumber daya fisik akan berpengaruh langsung terhadap jalannya kegiatan operasional bisnis.

e) Sumber Daya Informasi

Di era informasi seperti halnya saat ini, sumber daya informasi memegang peran yang sangat strategis dalam kegiatan bisnis. Bisnis sangat tergantung pada prediksi pasar, orang-orang dengan keahlian tertentu serta berbagai data ekonomi untuk mendukung pekerjaannya. Hal itu semua dapat terlaksana melalui suatu system informasi yang akurat dan cepat sehingga dapat mendukung proses pengambilan keputusan bisnis

### 3.2. Fungsi dan Aktifitas Bisnis

Bisnis melaksanakan fungsi-fungsi dan aktivitas-aktivitas yang

mempunyai kesamaan dan menggunakan factor produksi (input) untuk memproduksi barang atau jasa. Aktivitas-aktivitas tersebut adalah:

- a. Menciptakan barang dan jasa
- b. Memasarkan barang atau jasa kepada konsumen
- c. Menghitung transaksi keuangan
- d. Merekrut, melatih, dan menilai karyawan
- e. Memproses informasi

Sementara fungsi manajemen yang harus dilakukan oleh bisnis adalah:

- a. Merencanakan apa yang ingin dicapai
- b. Mengorganisasi sumber daya
- c. Menyediakan tenaga kerja untuk mengoperasikan bisnis
- d. Mengarahkan orang untuk menjalankan bisnis
- e. Memonitor kemajuan-kemajuan yang dicapai

### **3.3. Bentuk sistem Bisnis**

Setiap Negara menggunakan sistem Bisnis yang berbeda-beda. Setiap perusahaan harus memahami system perekonomian mana yang dianut oleh Negara dimana perusahaan tersebut berada agar dapat menyesuaikan dengan operasional perusahaan sehari-hari. sistem Bisnis merupakan metode yang mengatur bagaimana mengalokasikan sumber daya (tanah, tenaga, kerja, modal dan kewirausahaan) untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. Beberapa bentuk sistem Bisnis suatu Negara adalah sebagai berikut:

- a. Kapitalisme

System kapitalisme atau dikenal juga dengan istilah private enterprise system merupakan system perekonomian yang bercirikan dimana seseorang bebas untuk memiliki kekayaan, memiliki perusahaan, bersaing secara bebas dalam pasar, seseorang yang bebas memilih dan membuat barang/jasa yang

diinginkan. Jadi dalam system kapitalisme terdapat tiga sifat pokok yaitu:

1. Hak milik atas barang modal ada di tangan orang perseorangan
2. Harga barang/jasa ditentukan oleh permintaan dan penawaran (ekonomi pasar)
3. Adanya persaingan bebas, kebebasan untuk berdagang dan mempunyai pekerjaan, kebebasan untuk mengadakan kontrak serta kebebasan untuk hak milik dan kebebasan untuk mendapatkan keuntungan,

b. Komunis

System ekonomi komunis adalah system ekonomi yang penggunaan factor produksi dikendalikan oleh pemerintah Tanah, tenaga kerja, modal dimiliki oleh pemerintah dan kewirausahaan disediakan oleh pemerintah pula. Semua keputusan-keputusan ekonomis diambil oleh pemerintah, misalnya hal-hal mengenai produksi, distribusi, konsumsi dan kepemilikan. Dalam system perekonomian Komunisme, peranan pasar untuk menentukan arah produksi hampir tidak ada. Perekonomian komunisme sering juga disebut ekonomi pemerintah yang bersifat totalier atas keputusan ekonomi yang dibuat. Dalam system ekonomi komunisme, hak milik seseorang dihapuskan, semua masyarakat adalah karyawan Negara. Kebebasan politik diawasi secara ketat.

c. Sosialisme

System ekonomi sosialis adalah system ekonomi yang kepemilikan sebagian besar bisnis ada ditangan perseorangan (swasta), tetapi pemerintah mengendalikan pengoperasian dan pengaturan industry-industry tertentu. Pemerintah dalam hal ini akan memegang kendali industry dimana barang atau jasa yang dihasilkan digunakan oleh



masyarakat luas. Dalam system sosialis, pemerintah secara tidak langsung mendorong kegiatan ekonomi dengan merencanakan anggaran belanja, system perpajakan, ekspor dan lain lain. Jadi dalam system sosialis seseorang secara relative bebas untuk memilih usaha atau pekerjaan yang diinginkan, tetapi pemerintah turut campur tangan dengan berusaha menyesuaikan kebutuhan individu dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini pemerintah hanya menguasai perusahaan –perusahaan yang vital bagi masyarakat, agar kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi dengan adil dan merata.

d. Demokrasi Ekonomi

System demokrasi ekonomi yang dianut oleh Indonesia didasarkan pada Pancasila dan UUD 1945, dimana menurut pasal-pasal yang ada mengandung ciri sebagai berikut:

1. Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan
2. Cabang-cabang produksi yang penting bagi Negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh Negara
3. Bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.
4. Sumber-sumber kekayaan Negara dipergunakan dengan permufakatan Lembaga-lembaga Perwakilan Rakyat serta pengawasan terhadap kebijakan ada pada Lembaga Perwakilan Rakyat pula.
5. Warga Negara memiliki kebebasan di dalam memilih pekerjaan yang dikehendaki serta mempunyai hak akan pekerjaan dan penghidupan yang layak.
6. Hak milik perorangan diakui dan pemanfaatannya tidak

boleh bertentangan dengan kepentingan masyarakat.

7. Potensi, inisiatif, dan daya kreasi setiap warga Negara dikembangkan sepenuhnya dalam batas-batas yang tidak merugikan kepentingan umum.
8. Fakir miskin dan anak-anak terlantar dipelihara oleh Negara.

### **3.4. Elemen sistem bisnis**

Elemen dalam sistem bisnis terdiri dari empat, yaitu :

1. Modal (Capital) Sejumlah uang yang digunakan untuk menjalankan kegiatan bisnis yaitu transaksi
2. Bahan-bahan (Materials) Faktor produksi yang diperlukan dalam melaksanakan aktifitas bisnis untuk diolah dan menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.
3. Sumber Daya Manusia (SDM) Kualifikasi SDI, yakni memiliki kemampuan kompetitif berkualitas tinggi.
4. Keterampilan Manajemen (Management Skill) Sistem manajemen yang dijalankan berdasarkan prosedur dan tata kerja manajemen

## DAFTAR PUSTAKA

- Butarbutar, B. (2019). Peranan etika bisnis dalam bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187-195.
- Harjadi, D., & Fatmasari, D. (2015). Pengantar Bisnis. In *UNIKU Press*.
- Keraf, S., & Imam, R. H. (1998). Etika bisnis. *Yogyakarta: Kanisius*.
- Usvita, M., Desda, M. M., Saununu, S. J., Indrawan, M. G., Herlina, H., Raymond, R., ... & Eka, A. P. B. (2023). *Manajemen Pemasaran E-Commerce*. CV. Gita Lentera.

## BIODATA PENULIS



**Dian Lestari Siregar, SE., M.Si**

Dosen Program Studi Kewirausahaan  
Institute Indobaru Nasional

Dian Lestari siregar merupakan seorang dosen kelahiran Padang Sidempuan 28 juni 1989, saat ini Penulis aktif di institute indobaru nasional, dan telah berkarir dibidang Pendidikan selama 9 tahun, selain menulis, Penulis juga aktif diberbagai kegiatan organisasi seperi ISEI, ADRI dan ADI, penulis juga aktif diberbagai kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dibuktikan dengan memenangi berbagai hibah baik tingkat Universitas maupun tingkat nasional.

## ETIKA KERJA DAN LINGKUNGAN

*Oleh Ramadhania, S.Pd, M.Pd.E*

### 4.1 Konsep Etika Kerja

Etika kerja dikenal sebagai salah satu keterampilan yang dapat dikembangkan yang dalam prakteknya dalam bentuk sikap yang tertanam dan dimiliki oleh sumberdaya manusia yang berperan dalam membuat dan mengambil keputusan serta melakukan tugas yang mengarah pada nilai-nilai moral yang positif mencakup tanggung jawab, kerja tim, integritas, disiplin, kualitas kerja yang tinggi, kejujuran dan kerendahan hati. Kebijakan dan praktik etika yang baik mampu membantu dalam membangun budaya kerja yang produktif dan sekaligus memelihara hubungan yang baik antar sesama rekan kerja. Etika kerja merupakan kumpulan prinsip moral dan professional yang membentuk perilaku individu dalam lingkungan kerja. Hal ini tentunya dapat memastikan individu bekerja secara tepat dan jujur, menjaga integritas dan reputasi perusahaan atau organisasi.

Etika kerja juga membantu dalam menentukan apa yang diterima dan yang tidak diterima di lingkungan kerja serta memberikan pedoman untuk individu dalam mengambil tindakan dan keputusan. Selain itu, etika kerja yang dilaksanakan mengarah pada kategori baik karena etika kerja yang baik akan membantu dalam memelihara kerahasiaan dan hak-hak privasi individu,

keselamatan dan kesejahteraan anggota tim. Konsep etika kerja juga mengarah pada norma, nilai dan aturan yang dijadikan pedoman bagi karyawan dalam bekerja yang berisi tentang ketentuan berpakaian, bersikap dan penyelesaian tugas. Etika kerja adalah perilaku kerja positif dan bermutu tinggi yang berakar pada kesadaran yang jernih dan keyakinan yang kuat pada paradigma kerja yang saling berkaitan (Sihotang, 2020).

Etika kerja mengarah kepada hubungan kerja antara perusahaan dan karyawan, etika perusahaan menyangkut hubungan perusahaan dengan karyawannya sebagai satu kesatuan dalam lingkungan dan etika perorangan menyangkut hubungan antar karyawan (Sunyoto, 2016). Etika kerja merupakan bersifat mengikat kepada karyawan untuk tetap patuh pada ketetapan perusahaan yang berkaitan erat dengan pekerjaan yang dilakukan. Etika kerja sangat penting karena mampu membuat semua anggota organisasi bertanggungjawab atas tindakan yang mereka lakukan serta mempertahankan kode etik yang kuat untuk menciptakan rasa aman melalui batasan yang diterapkan kepada karyawan.

Dengan menciptakan batasan kepada karyawan, maka etika tempat kerja akan membantu karyawan untuk dihargai di berbagai tingkatan yang ada di dalam organisasi tempat bekerja. Tanpa adanya standar etika di tempat kerja, maka karyawan akan merasa tidak dapat leluasa dalam berbicara dan berinteraksi dengan rekan kerja dan pimpinan. Adanya etika kerja membuat semua karyawan bisa bersikap sesuai dengan ketentuan yang sudah dibuat, sehingga dapat menghindari segala risiko yang menyebabkan pencemaran nama baik karyawan maupun perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa etika kerja merupakan suatu pedoman moral yang ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan kepada individu-individu yang berada didalamnya untuk mematuhi aturan yang telah berlaku dan ditetapkan oleh pimpinan. Etika juga menjadi dasar kohesif dan menjadi budaya perusahaan untuk membangun hubungan yang kuat tidak hanya dengan karyawan juga dengan pelanggan.

## **4.2 Pentingnya Penerapan Etika Kerja**

Secara umum, etika kerja berfungsi untuk menjaga karyawan untuk bekerja dengan baik dan bertanggung jawab atas pekerjaan yang telah diberikan. Etika dalam kerja perlu dipatuhi oleh seluruh pihak internal organisasi atau perusahaan dalam rangka menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman serta memberikan dampak yang positif bagi di dalamnya. Berikut ini dijelaskan mengenai pentingnya menerapkan etika kerja antara lain:

1. Mampu menciptakan lingkungan kerja yang kondusif agar sumberdaya manusia di dalamnya merasa dihargai dan dihormati.
2. Dapat meningkatkan kepuasan karyawan dalam bekerja dan menyelesaikan pekerjaan.
3. Mampu menjaga kepatuhan hukum karena terdapat acuan berupa etika kerja yang jika melakukan kesalahan akan dikenakan sanksi sesuai tingkat kesalahannya.
4. Dapat meningkatkan budaya perusahaan yang lebih baik kedepannya.
5. Mengarah pada mempertahankan citra perusahaan atau organisasi dalam jangka panjang di mata masyarakat.

## **4.3 Cara Mengembangkan Etika Kerja**

Etika kerja dikenal sebagai nilai atau aturan yang menjadi acuan dasar bagi seseorang dalam bekerja. Sumberdaya manusia yang dalam hal ini yaitu karyawan yang menjunjung tinggi etika lebih dihargai dan memudahkan dalam mendapatkan promosi jabatan untuk peningkatan karir kedepannya. Cara untuk mengembangkan etika kerja adalah sebagai berikut:

1. Memahami etika yang berlaku di perusahaan untuk dipelajari dan diterapkan selama bekerja.  
Pihak internal perusahaan atau organisasi harus memahami etika yang berlaku agar mampu mempelajari bagaimana bersikap dan mematuhi etika yang ditetapkan. Etika perlu ditampilkan dalam bentuk tertulis agar diketahui oleh semua

yang terkait dengan pelaksanaan etika tersebut.

2. Menjaga kedisiplinan waktu dan penampilan.  
Dalam menjaga kedisiplinan waktu dapat diaplikasikan dalam bentuk menghindari datang terlambat dalam bekerja dan dari segi penampilan dengan menggunakan pakaian yang sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila peraturan yang ditetapkan kurang jelas dan terperinci, maka dapat ditanyakan kepada pihak terkait yang mengelola tentang aturan itu sendiri yang mengawasi pelaksanaan etika kerja agar berjalan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan atau organisasi.
3. Mengikuti pelatihan khusus.  
Pelatihan khusus yang dimaksud disini adalah bagaimana karyawan dapat mengembangkan keahlian atau keterampilannya yang mengarah pada praktik etika kerja yang menunjang pelaksanaan kegiatan pekerjaan atau tupoksi yang dibebankan kepada karyawan tersebut.

#### **4.4 Manfaat Etika Kerja**

Etika kerja mengandung berbagai prinsip-prinsip yang mengarahkan perilaku baik dan buruk bagi individu yang bekerja di dalam lingkungan perusahaan. Manfaat adanya etika kerja diantaranya:

- 1) Membangun budaya kerja yang positif  
Kesuksesan perusahaan dapat dicapai salah satunya dengan membangun budaya kerja yang positif. Budaya kerja yang positif menekankan pada lingkungan kerja yang menyenangkan, membangun dan memotivasi sehingga mampu membuat karyawan timbul rasa memiliki dan kenyamanan. Hal ini dapat meningkatkan kreativitas, kinerja dan motivasi karyawan untuk bekerja lebih produktif.
- 2) Meningkatkan integritas dan reputasi  
Integritas mengacu kepada tingkat kejujuran dan



keterbukaan organisasi dalam melakukan bisnis, sedangkan reputasi mengarah pada citra dan persepsi mengenai organisasi. Peningkatan integritas dan reputasi perusahaan dilakukan untuk memperkuat dan mempertahankan citra dan persepsi tentang organisasi di masyarakat, karyawan, pemerintah dan pemasok.

- 3) Meningkatkan profesionalisme dan tanggung jawab individu  
Dalam konteks kerja, profesionalisme dan tanggung jawab individu sangat penting dalam membangun kepercayaan dan menjaga integritas organisasi. Profesionalisme mengarah pada kualitas dan standar perilaku yang diterima serta diharapkan. Sedangkan, tanggung jawab individu mengacu pada komitmen seseorang untuk bertindak dengan etika dan memenuhi kewajiban profesional.
- 4) Mengembangkan dan mempertahankan budaya kerja  
Pihak sumberdaya manusia di dalam organisasi atau perusahaan harus berusaha membangun dan mempertahankan lingkungan kerja yang harmonis dan nyaman dengan memperlakukan rekan kerja dengan tindakan yang responsif dan penuh dukungan serta berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama.

#### **4.5 Etika Dalam Lingkungan Kerja**

Etika dalam lingkungan kerja merupakan konsep yang sangat penting dalam dunia kerja. Hal ini sangat berkaitan dengan sikap dan perilaku individu dalam lingkungan kerja yang harus dijalankan secara profesional dan penuh tanggung jawab. Kebijakan dan praktik etika yang baik mampu membantu dalam membangun budaya kerja sekaligus menjaga reputasi perusahaan atau organisasi untuk lebih baik kedepannya. Etika dalam lingkungan kerja yang harus di taati antara lain:

- a. Kerahasiaan informasi dan dokumen perusahaan. Informasi dan dokumen perusahaan yang diterima oleh sumberdaya manusia tidak dibagikan dan dipublikasikan tanpa izin.

- b. Menghormati privasi dan hak asasi rekan kerja. Karyawan tidak memberitahu informasi pribadi rekan kerja, membuat pernyataan yang menyinggung perasaan atau melakukan tindakan yang lain yang merugikan rekan kerja.
- c. Menghindari diskriminasi. Pentingnya untuk tidak melakukan diskriminasi terhadap rekan kerja seperti jenis kelamin, agama, ras dan lainnya.
- d. Berkomunikasi secara jujur. Pentingnya berkomunikasi secara jujur dan efektif dengan rekan kerja, pemasok dan pelanggan.
- e. Menghormati regulasi dan peraturan yang berlaku. Hal ini diperlukan agar setiap tindakan yang dilakukan tetap terarah dan sesuai dengan harapan yang ditetapkan.

#### **4.6 Prinsip Etika Kerja**

Prinsip etika kerja dalam etika bisnis menekankan pentingnya perilaku yang professional dan bertanggung jawab dari karyawan dan manajer perusahaan (Susanto, 2023). Perusahaan dalam hal ini harus menghormati hak dan martabat karyawan serta memastikan bahwa lingkungan kerja berada kondisi yang aman, nyaman dan sehat. Prinsip ini mengarahkan karyawan untuk mematuhi aturan dan regulasi perusahaan serta norma-norma etika yang berlaku di lingkungan kerja.

Pada prakteknya, perusahaan perlu memastikan seluruh karyawan diberikan pelatihan dan pengarahan tentang etika kerja yang diberlakukan sekaligus menyediakan suatu system pengaduan yang terpercaya dan aman bagi karyawan yang mengalami pelanggaran etika. Selanjutnya, prinsip etika kerja berkontribusi dalam membangun budaya organisasi demi terciptanya kualitas, produktivitas dan reputasi perusahaan yang lebih baik. Selain itu, prinsip ini menekankan pada pentingnya kerja sama dan kolaborasi antar karyawan sekaligus menghargai setiap perbedaan pendapat yang timbul dari sudut pandang yang dikemukakan. Dengan mematuhi prinsip ini, maka perusahaan dapat membangun loyalitas dan kepercayaan dari pelanggan dan karyawan serta ikut

berkontribusi untuk lingkungan masyarakat. Etika kerja juga mengarah kepada bekerja secara baik, Amanah, jujur, profesional dan melakukan pekerjaan sebagaimana mestinya serta tidak melakukan penyimpangan (Hanif, 2024).

## DAFTAR PUSTAKA

- Hanif. 2024. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Islam Berbasis Sumber Daya Lokal. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata (ADAB)
- Sihotang, Kasdin. 2020. Etika Kerja Unggul. Yogyakarta: PT. Kanisius
- Susanto, Deny. 2023. Etika Bisnis. Makasar: CV. Tohar Media.
- Sunyoto, Danang dan Wika Harisa Putri. 2016. Etika Bisnis: Membangun Kesuksesan Bisnis Melalui Manajemen dan Perilaku Bisnis yang Beretika. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

## **PROFIL PENULIS**



**Ramadhania, S. Pd., M. Pd. E**  
**Dosen Manajemen**  
**Universitas Tamansiswa Padang**

Penulis merupakan Dosen Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Tamansiswa Padang sejak tahun 2016. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

## ETIKA DALAM PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA

*Oleh Felix Chandra, S.E., M.M.*

### 5.1. SDM dan Pengelolaan SDM

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan elemen tak tergantikan dalam struktur organisasi, mewakili inti dari keberhasilan dan pertumbuhan jangka panjang. SDM tidak hanya berfokus pada aspek kuantitas tenaga kerja, melainkan juga menitikberatkan pada kualitas individu yang membentuk jalinan dinamis dalam tim. Keahlian, keterampilan, dan motivasi karyawan menjadi unsur krusial dalam mencapai tujuan organisasi maupun bisnis. Berdasarkan pandangan Hasibuan (2017) sumber daya manusia (SDM) dapat diartikan sebagai kombinasi unik dari kapasitas berpikir dan energi fisik yang dimiliki oleh setiap individu. Sifat dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh faktor keturunan dan lingkungannya yang membentuk kualitas pribadi. Selain itu, motivasi dalam mencapai prestasi kerja dipicu oleh keinginan pribadi untuk memenuhi kepuasan dan pencapaian diri. Dengan kata lain, SDM merupakan paduan kompleks antara potensi mental dan fisik yang dipengaruhi oleh latar belakang serta dorongan batin individu untuk mencapai kepuasan dalam kinerja mereka. Dalam perspektif Siagian (2015), sumber daya manusia (SDM) merupakan langkah konkret yang diambil untuk memastikan bahwa organisasi memiliki tenaga kerja yang sesuai untuk mengisi berbagai posisi, jabatan, dan tugas pada

waktu yang tepat.

Untuk mencapai visi organisasi dan memenuhi tujuan yang ditetapkan, diperlukan pengetahuan, metode, dan pendekatan yang efektif dalam mengelola SDM. Pengelolaan sumber daya manusia adalah suatu pendekatan holistik dan dinamis yang bertujuan untuk mengoptimalkan kontribusi serta potensi seluruh individu dalam suatu organisasi. Ini melibatkan serangkaian kegiatan strategis mulai dari perencanaan tenaga kerja, perekrutan, seleksi, hingga pengembangan karyawan. Lebih dari sekadar administrasi, pengelolaan sumber daya manusia mementingkan pembentukan budaya kerja yang mendukung inovasi, kolaborasi, dan kesejahteraan karyawan. Sebagai inti dari kesuksesan organisasi, pengelolaan sumber daya manusia menjembatani hubungan harmonis antara kebutuhan organisasi dan kepuasan serta perkembangan individu.

## **5.2. Hak dan Kewajiban SDM Sebagai Dasar Etika**

Pemahaman yang mendalam terhadap hak dan kewajiban Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran sentral dalam membentuk landasan etika dalam konteks pengelolaan sumber daya manusia. Hak dan kewajiban merupakan pilar-pilar yang tidak dapat dipisahkan dalam membangun hubungan yang sehat antara organisasi dan karyawan. Hak-hak yang dijunjung tinggi dan tanggung jawab yang diemban oleh setiap individu dalam konteks pekerjaan memainkan peran sentral dalam membentuk karakter etis sebuah organisasi. Pengetahuan dan pemahaman mengenai hak-hak yang patut diberikan dan kewajiban yang harus dipegang teguh, dapat membuka pintu wawasan terhadap nilai-nilai yang membimbing tindakan serta interaksi di lingkungan kerja.

Berpatokan pada UU Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003, hak dan kewajiban SDM sebagai bagian dalam suatu bisnis atau perusahaan diantaranya :

### **a. Hak Sumber Daya Manusia**

#### **1. Hak memperoleh upah**

Hak memperoleh upah adalah hak untuk menerima imbalan

atas waktu, tenaga, dan kontribusinya terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

2. Hak mendapatkan perlakuan dan kesempatan yang sama  
Hak mendapatkan perlakuan yang sama adalah prinsip yang menegaskan bahwa setiap individu, tanpa memandang latar belakang, harus diperlakukan dan mendapatkan kesempatan dengan adil dan setara di lingkungan kerja.
3. Hak mendapatkan pelatihan kerja  
Hak mendapatkan pelatihan kerja adalah hak setiap pekerja untuk menerima pembekalan keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan pekerjaannya
4. Hak penempatan tenaga kerja  
Hak penempatan tenaga kerja adalah hak setiap pekerja untuk ditempatkan pada posisi atau pekerjaan yang sesuai dengan kualifikasi, keterampilan, dan pengalaman yang dimiliki.
5. Hak memiliki waktu kerja yang manusiawi  
Hak memiliki waktu kerja yang manusiawi adalah hak setiap pekerja untuk bekerja dalam kondisi yang memungkinkan mereka mencapai keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi.
6. Hak mendapatkan kesehatan dan keselamatan kerja  
Hak mendapatkan kesehatan dan keselamatan kerja adalah hak setiap pekerja untuk bekerja dalam lingkungan yang aman dan sehat.
7. Hak atas jaminan sosial  
Hak atas jaminan sosial adalah hak untuk mendapatkan perlindungan yang diberikan oleh pemerintah atau lembaga terkait untuk memastikan keamanan finansial dan kesejahteraan bagi pekerja dan keluarganya seperti asuransi kesehatan, pensiun, tunjangan cacat, dan tunjangan lainnya.
8. Hak kebebasan berserikat  
Hak kebebasan berserikat mencakup hak bagi pekerja untuk membentuk serikat pekerja, bergabung dengan serikat pekerja yang sudah ada, atau bersama-sama melibatkan diri

dalam aktivitas serikat pekerja tanpa takut terhadap diskriminasi atau represalias.

9. Hak untuk melaksanakan ibadah

Hak untuk melaksanakan ibadah mencakup kebebasan bagi setiap individu untuk menjalankan praktik-praktik keagamaan atau spiritualnya tanpa diskriminasi atau hambatan di tempat kerja.

10. Hak untuk istirahat dan cuti

Hak ini mencakup hak setiap karyawan untuk memiliki waktu istirahat selama jam kerja yang dijadwalkan dan hak untuk mengambil cuti sesuai dengan kebutuhan pribadi, seperti liburan, sakit, atau keperluan keluarga.

b. Kewajiban Sumber Daya Manusia

1. Kewajiban ketaatan

Kewajiban ketaatan adalah kewajiban moral dan etika yang diterapkan pada setiap karyawan untuk mematuhi aturan dan peraturan yang berlaku di tempat kerja. Ini mencakup ketaatan terhadap kebijakan perusahaan, peraturan hukum, serta norma dan etika yang mengatur interaksi di antara anggota organisasi.

2. Kewajiban konfidensialitas

Kewajiban konfidensialitas adalah tanggung jawab setiap karyawan untuk melindungi informasi rahasia perusahaan, termasuk data karyawan, strategi bisnis, dan segala bentuk informasi yang tidak boleh diungkapkan kepada pihak ketiga tanpa izin.

3. Kewajiban loyalitas

Kewajiban loyalitas adalah tanggung jawab setiap karyawan untuk memperlihatkan kesetiaan terhadap perusahaan tempat mereka bekerja. Ini mencakup mendukung kebijakan organisasi, menjaga kepercayaan dan reputasi perusahaan, serta tidak terlibat dalam tindakan yang dapat merugikan perusahaan.



### 5.3. Masalah Etika Dalam Pengelolaan SDM

Dalam lingkungan bisnis yang dinamis saat ini, pengelolaan sumber daya manusia memainkan peran penting dalam membentuk dan membina tenaga kerja yang berbakat. Pengelolaan SDM mencakup berbagai aktivitas, antara lain pelatihan, manajemen kinerja, pengembangan karir, keterlibatan karyawan dan lain sebagainya. Meskipun praktik-praktik ini penting untuk pertumbuhan organisasi dan kepuasan karyawan, praktik-praktik ini tidak luput dari masalah etika yang penting. Secara umum, masalah etika yang terjadi dalam pengelolaan SDM berkaitan dengan :

a. Seleksi dan Rekrutmen

Proses seleksi dan rekrutmen merupakan langkah krusial dalam mengelola Sumber Daya Manusia (SDM). Kedua proses ini menjadi jantung bagi organisasi untuk menarik, mengidentifikasi, dan merekrut individu berbakat. Penting bagi proses ini dilakukan secara adil dan tanpa kecenderungan agar organisasi dapat memanfaatkan keberagaman dan keahlian tenaga kerja yang beragam. Namun, di tengah upaya ini, seringkali muncul tantangan etika yang perlu diatasi. Adanya bias dalam seleksi dan rekrutmen dapat memberikan dampak signifikan pada kondisi angkatan kerja. Peran prasangka dan bias perekrut yang mempengaruhi keputusan penerimaan biasanya menjadi penyebab masalah etika yang terjadi. Kadang-kadang, perekrut tanpa sadar lebih menyukai kandidat yang mirip dengan mereka dalam hal latar belakang, pengalaman, atau kepribadian.

b. Kesetaraan Kesempatan Kerja

Masalah seputar kesetaraan kesempatan kerja dalam pengelolaan SDM menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Kesetaraan kesempatan kerja mencakup prinsip bahwa setiap individu memiliki hak yang sama untuk memperoleh peluang dalam dunia kerja, tanpa adanya diskriminasi berdasarkan faktor-faktor seperti jenis kelamin, ras, agama, atau usia. Salah satu kendala utama terkait kesetaraan

kesempatan kerja dalam etika pengelolaan SDM adalah adanya diskriminasi yang terkadang masih merajalela. Diskriminasi dapat terjadi dalam berbagai tahap, mulai dari proses rekrutmen hingga pengembangan karir. Kondisi ini dapat merugikan individu yang seharusnya memiliki hak yang setara namun dihadapkan pada hambatan-hambatan yang tidak adil. Beberapa organisasi mungkin kurang konsisten dalam menerapkan prinsip-prinsip kesetaraan kesempatan kerja, sehingga menciptakan ketidaksetaraan di lingkungan kerja. Hal ini bisa menciptakan ketidakpuasan di antara anggota tim dan bahkan memengaruhi kinerja keseluruhan organisasi.

c. Pelatihan dan Pengembangan

Memberikan kesempatan bagi karyawan untuk mengikuti program pelatihan dan pengembangan bukan sekadar elemen biasa dalam pengelolaan sumber daya manusia, melainkan menjadi salah satu kunci utama dalam pengelolaan SDM. Namun, kendala etika dalam hal ini muncul ketika organisasi tidak mampu memberikan akses yang merata terhadap peluang-peluang tersebut. Dalam pelaksanaannya, terkadang terjadi pilih kasih atau bias, dan kurang mempertimbangkan kebutuhan serta aspirasi dari seluruh jajaran karyawan. Aspek etis tidak hanya mencakup aspek kesetaraan, melainkan juga memastikan bahwa isi dari program pelatihan sejalan dengan nilai-nilai yang dianut oleh organisasi.

d. Manajemen Kinerja

Permasalahan etika seringkali muncul dalam mengelola kinerja, terutama terkait dengan aspek keadilan dan objektivitas. Proses manajemen kinerja melibatkan langkah-langkah seperti menetapkan standar kinerja, mengukur pencapaian karyawan, dan memberikan umpan balik. Tantangan etika dalam manajemen kinerja sering kali terfokus pada penilaian yang cenderung bias dan kurangnya kemauan manajer untuk memberikan umpan balik yang jujur dan membangun. Fenomena "Efek Halo" menjadi salah satu bias umum yang menjadi isu dalam dunia manajemen kinerja, di mana manajer

sering kali cenderung memberikan penilaian positif kepada karyawan hanya karena kesan yang diterimanya dari karyawan tersebut. Dampak dari hal ini, terciptanya penilaian kinerja yang terlalu berlebihan bagi beberapa individu, menghasilkan penilaian yang tidak akurat dan potensi konflik di antara rekan kerja lainnya.

e. Kompensasi dan Tunjangan

Dalam pengelolaan sumber daya manusia, masalah etika terkait ketidaksetaraan dalam penetapan gaji dan tunjangan di antara karyawan merupakan isu yang krusial. Adanya kesenjangan gaji yang tidak adil antara jenis kelamin, ras, atau kelompok lainnya dapat menciptakan ketidakpuasan dan merusak kepercayaan karyawan terhadap kebijakan kompensasi perusahaan. Besar kompensasi yang diberikan terkadang masih bergantung pada tingkat keakraban dan kesukaan terhadap karyawan. Transparansi dalam pemberian tunjangan sering kali diabaikan sehingga terjadi perbedaan-perbedaan yang tidak jelas berkaitan dengan besar tunjangan yang diterima karyawan.

f. Kesejahteraan Karyawan

Mendorong keterlibatan dan kesejahteraan karyawan tidak hanya menjadi kewajiban etis, melainkan juga kunci vital untuk kesuksesan suatu organisasi. Para ahli sumber daya manusia perlu menciptakan atmosfer kerja yang tidak hanya mendukung, tetapi juga mempromosikan keseimbangan antara kehidupan pekerjaan dan kehidupan pribadi karyawan. Masalah etika yang terjadi adalah ketika organisasi menempatkan produktivitas di atas kesejahteraan karyawan, yang berpotensi menciptakan kelelahan, tingkat stres yang tinggi, dan dampak negatif pada semangat kerja secara keseluruhan.

g. Pemberhentian Karyawan

Mengakhiri hubungan kerja sering kali dianggap sebagai langkah terakhir dan merupakan situasi etika yang menantang. Proses pengakhiran pekerjaan dapat dipicu oleh pelanggaran serius, seperti pencurian, penyerangan, ketidakjujuran, atau pembangkangan. Namun, masalah etika muncul ketika

pemutusan hubungan kerja tidak adil atau dipengaruhi oleh motif pribadi. Tindakan pengakhiran yang tidak etis seringkali dilakukan tanpa alasan yang jelas, atau bahkan melibatkan proses hukum yang dapat merusak kepercayaan dan moral para karyawan. Pengalaman pemutusan hubungan kerja yang tidak adil dapat menimbulkan rasa tidak aman dan menurunkan kepercayaan karyawan terhadap organisasi secara keseluruhan.

#### **5.4. Standar Etika Dalam Pengelolaan SDM Dunia Bisnis**

Standar etika dalam mengelola sumber daya manusia memainkan peran kunci dalam membentuk budaya organisasi yang bermoral dan berkelanjutan dalam dunia bisnis. Standar etika dalam pengelolaan SDM ini mencakup berbagai aspek etika yang melibatkan manajemen SDM, termasuk rekrutmen, pengembangan karyawan, keadilan dalam perlakuan, serta tanggung jawab sosial perusahaan.

- a. **Keadilan, Kejujuran dan Transparansi Dalam Rekrutmen**  
Standar etika mengharuskan perusahaan untuk memastikan bahwa proses rekrutmen dilakukan secara adil, tanpa diskriminasi, dan berdasarkan kriteria yang relevan dengan pekerjaan. Informasi mengenai peluang karir, kebijakan gaji, dan manfaat harus disampaikan secara jelas kepada calon karyawan. Hal ini menciptakan lingkungan di mana setiap individu memiliki peluang yang setara untuk berkembang.
- b. **Keadilan Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Karyawan**  
Manajemen SDM yang etis tidak hanya bertanggung jawab untuk merekrut, tetapi juga untuk mengembangkan dan memberdayakan karyawan. Ini melibatkan penyediaan pelatihan yang relevan, peluang karir, dan dukungan untuk pertumbuhan profesional. Standar etika memastikan bahwa setiap karyawan merasa dihargai dan diberdayakan dalam lingkungan kerja.
- c. **Keadilan dan Kesetaraan Dalam Perlakuan**  
Standar etika mendukung keadilan dan kesetaraan dalam perlakuan terhadap semua karyawan. Hal ini mencakup aspek gaji yang adil, manfaat yang setara, dan promosi yang didasarkan pada kinerja dan prestasi, bukan pada diskriminasi

atau favoritisme.

- d. **Integritas Moral Dalam Pemecahan Konflik dan Teguran**  
Standar etika mengarahkan manajemen SDM dalam penanganan konflik dan memberikan teguran. Proses tersebut harus dilakukan secara konstruktif, adil, dan tanpa merusak semangat kerja karyawan. Memberikan umpan balik yang membangun dan memberikan kesempatan untuk perbaikan adalah bagian integral dari etika dalam manajemen SDM.
- e. **Keterbukaan dan Keadlian Dalam Komunikasi dan Keterlibatan Karyawan**  
Standar etika mendorong keterbukaan komunikasi dan keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Perusahaan diharapkan untuk mendengar suara karyawan, merespon umpan balik, dan melibatkan mereka dalam inisiatif organisasi tanpa membeda-bedakan karyawan.
- f. **Keseimbangan Antara Profitabilitas dan Kesejahteraan**  
Etika dalam mengelola SDM menuntut keseimbangan antara mencapai tujuan bisnis, seperti profitabilitas, dan memastikan kesejahteraan karyawan. Perusahaan diharapkan untuk tidak hanya fokus pada angka, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan kesejahteraan karyawan.
- g. **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**  
Etika dalam mengelola SDM mencakup tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kesejahteraan karyawan dan masyarakat secara luas. Ini melibatkan perhatian terhadap keberagaman, keberlanjutan, dan dampak positif terhadap lingkungan. Perusahaan diharapkan untuk memberikan kontribusi positif dalam masyarakat dan melibatkan karyawan dalam kegiatan amal.

### **5.5. Manfaat Etika Bisnis Dalam Pengelolaan SDM**

Penerapan etika dalam pengelolaan sumber daya manusia tidak hanya memberikan manfaat bagi karyawan namun akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Etika yang diterapkan dengan baik akan memberikan kepuasan kepada karyawan dan berimplikasi

pada kesuksesan perusahaan.

- a. Dapat menyejahterakan karyawan  
Etika dalam manajemen SDM menciptakan lingkungan kerja yang adil dan menghormati hak-hak karyawan. Keputusan yang didasarkan pada prinsip etika, seperti keadilan dalam kompensasi dan promosi, memberikan rasa keadilan kepada karyawan, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan karyawan.
- b. Melindungi hak-hak para karyawan  
Etika memiliki peran dalam melindungi hak-hak para karyawan dalam pengelolaan sumber daya manusia. Dengan menjunjung tinggi prinsip keadilan, etika bisnis memastikan bahwa keputusan-keputusan terkait dengan karyawan, seperti promosi, kompensasi, dan pengembangan karir, diambil dengan transparansi dan tanpa diskriminasi. Etika pengelolaan SDM menekankan pentingnya menciptakan lingkungan kerja yang menghormati keberagaman, sehingga setiap individu dapat merasa diakui dan dihargai tanpa memandang latar belakang atau identitas mereka.
- c. Dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan  
Etika akan menciptakan lingkungan kerja yang adil, transparan, dan menghargai keberagaman, membantu meningkatkan motivasi dan kesejahteraan karyawan. Karyawan yang merasa dihargai dan diperlakukan secara adil lebih cenderung memiliki tingkat loyalitas yang tinggi dan berkinerja optimal, memberikan kontribusi positif terhadap produktivitas dan efisiensi perusahaan.
- d. Tidak adanya penyalahgunaan di dalam pengelolaan dan sumber daya manusia  
Etika menetapkan batasan dan norma yang mencegah praktik-praktik yang tidak etis, seperti diskriminasi, pelecehan, atau eksploitasi tenaga kerja. SDM yang memahami pentingnya etika akan mengajarkan bahwa dengan menciptakan lingkungan kerja yang adil dan bermartabat, perusahaan dapat memastikan

bahwa karyawan tidak menjadi korban penyalahgunaan kekuasaan atau perlakuan tidak adil.

- e. Mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas  
Nilai-nilai etis yang diterapkan dalam pengelolaan SDM menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, adil, dan menghargai karyawan. Dalam atmosfer ini, perusahaan akan memiliki reputasi yang positif dan menjadi tempat yang menarik bagi individu berkualitas yang mencari pekerjaan di lingkungan yang memperlakukan karyawan dengan integritas dan penuh martabat.

### **5.6. Memaksimalkan Penerapan Etika Dalam Pengelolaan SDM**

Penerapan etika dalam pengelolaan sumber daya manusia tidak hanya memberikan manfaat bagi karyawan namun akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Etika yang diterapkan dengan baik akan memberikan kepuasan kepada karyawan dan berimplikasi pada kesuksesan perusahaan. Oleh karenanya, langkah-langkah konkrit diperlukan agar etika tetap diterapkan dalam mengelola SDM.

- a. Kesadaran Etika Sebagai Fondasi  
Langkah pertama adalah menciptakan kesadaran etika di seluruh lapisan organisasi. SDM yang berpengalaman akan sependapat bahwa kesadaran ini etika perlu ditanamkan dari atas ke bawah. Pemimpin organisasi perlu menjadi teladan dalam perilaku etis, sehingga hal ini dapat menjadi norma di lingkungan kerja.
- b. Transparansi Dalam Pengambilan Keputusan  
Penerapan etika juga terkait erat dengan transparansi dalam pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan yang terbuka memberikan kesan adil dan menghindari praktek-praktek yang merugikan karyawan.
- c. Pembinaan Etika Melalui Pelatihan  
Pelatihan etika secara berkala dapat menjadi sarana yang efektif. Etika tidak hanya sebatas pengetahuan mengenai teori, tetapi dipahami dan diaplikasikan dalam konteks nyata organisasi. Melalui pelatihan, karyawan dapat memahami implikasi praktis

dari tindakan etis dan bagaimana hal itu dapat meningkatkan keberlanjutan organisasi.

d. Implementasi Kode Etik Yang Jelas

Dalam upaya menciptakan lingkungan kerja yang etis, penting untuk memiliki kode etik yang jelas dan dapat diakses oleh seluruh karyawan. Kode etik bukanlah sekadar dokumen formal, melainkan pedoman praktis yang harus diikuti dalam setiap interaksi dan pengambilan keputusan.

e. Responsif Terhadap Kebutuhan Karyawan

Dalam pengelolaan SDM yang beretika, penting untuk menjadi responsif terhadap kebutuhan karyawan. Mendengarkan dan merespons aspirasi serta kekhawatiran karyawan adalah langkah kunci.



## DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara.
- Hirequotient. (2023). *Ethical and Legal Issues in Human Resource Development: Balancing People and Compliance*. <https://www.hirequotient.com/blog/ethical-and-legal-issues-in-human-resource-development>
- Nugroho, A., & Arijanto, A. (2015). *Etika Bisnis (Business Ethic)* (A. Arijanto & D. M. Nastiti (eds.); 1st ed.). PT. Penerbit IPB Press. <https://karyailmiah1.mercubuana.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/buku-etika-bisnis.pdf>
- Siagian, S. P. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.). PT. Bumi Aksara.
- Uchrowi, Z. (2023). Masalah Etika Dalam Sumber Daya Manusia. *Jurnal PUSDANSI*, 2(6). <http://pusdansi.org/index.php/pusdansi/article/view/254>

## PROFIL PENULIS



**Felix Chandra, S.E., M.M.**  
**Dosen Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Pattimura**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu manajemen dimulai pada tahun 2013 saat penulis selesai menempuh pendidikan SMA di SMA Negeri 2 Ambon. Setelah lulus, penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dengan mengambil program studi Manajemen di Universitas Kristen Indonesia Maluku (UKIM) dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2017. Penulis kemudian melanjutkan studi S2 dengan mengambil program studi Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Pattimura Ambon di tahun 2018 dan lulus pada tahun 2021.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen khususnya Manajemen Sumber Daya Manusia. Penulis sekarang aktif bekerja sebagai dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, jurusan Manajemen Universitas Pattimura Ambon sejak tahun 2022. Selain mengajar, penulis aktif dalam penulisan jurnal dan pengabdian kepada masyarakat. Penulis menyadari bahwa ilmu akan selalu mengalami perkembangan dan pembaharuan setiap harinya, maka dari itu penulis tidak akan berhenti untuk belajar dan mengetahui ilmu-ilmu baru terkhususnya ilmu manajemen sumber daya manusia.

## TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

*(Corporate Social Responsibility/Csr)*

*Oleh Dwi Wahyono*

### 6.1 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang berkembang pesat dalam dunia bisnis modern. Ini mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan mereka. Menurut Carroll (1979), konsep CSR meliputi empat dimensi utama: ekonomi, hukum, etika, dan kegiatan sukarela yang mendorong pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Hal ini menekankan pentingnya perusahaan untuk tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga untuk mempertimbangkan implikasi sosial dan lingkungan dari operasi mereka.

Dalam praktiknya, CSR dapat mengambil berbagai bentuk, mulai dari kebijakan lingkungan yang bertanggung jawab hingga partisipasi dalam program amal dan filantropi. Friedman (1970) berpendapat bahwa tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan laba untuk pemegang saham, sehingga setiap upaya CSR yang mengorbankan laba dapat dianggap tidak etis. Namun, pandangan ini telah dikritik oleh banyak pihak yang berpendapat bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang lebih luas daripada sekadar mencari keuntungan finansial.

Perusahaan yang menerapkan CSR secara efektif dapat

menghasilkan dampak positif yang signifikan, baik bagi masyarakat maupun untuk keberlanjutan lingkungan. Misalnya, perusahaan yang berkomitmen untuk mengurangi emisi karbon mereka dapat membantu memperlambat perubahan iklim global, sementara partisipasi dalam program pendidikan atau kesehatan masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal (Porter & Kramer, 2006).

Namun, tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam menerapkan CSR tidak bisa diabaikan. Salah satu masalah utama adalah menemukan keseimbangan antara tanggung jawab sosial dan pencapaian tujuan bisnis. Kadang-kadang, tindakan yang diambil untuk memenuhi kewajiban sosial dapat bertentangan dengan kepentingan pemegang saham. Selain itu, ada juga risiko greenwashing, di mana perusahaan hanya menunjukkan komitmen mereka terhadap CSR secara kosmetik tanpa melakukan perubahan substansial dalam praktik bisnis mereka (Reed, 1999).

Dalam era di mana transparansi dan akuntabilitas semakin diperhatikan, CSR menjadi semakin penting sebagai bagian integral dari strategi bisnis. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip CSR ke dalam operasi mereka tidak hanya memenuhi harapan masyarakat, tetapi juga membangun reputasi yang kuat dan memperoleh keuntungan kompetitif jangka panjang (McWilliams & Siegel, 2001). Oleh karena itu, pengembangan dan implementasi kebijakan CSR yang efektif harus menjadi prioritas bagi perusahaan modern yang ingin bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat.

Di Indonesia, Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi fokus utama dalam undang-undang dan peraturan perundang-undangan. Salah satu landasan utama CSR di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengamanatkan bahwa setiap perusahaan wajib menjalankan kegiatan sosial dan lingkungan. Selain itu, pada tahun 2017, pemerintah Indonesia mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (CSR), yang memberikan panduan dan

kerangka kerja bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial mereka.

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 menetapkan bahwa perusahaan wajib melaksanakan kegiatan CSR yang mencakup lima bidang, yaitu lingkungan, pemberdayaan masyarakat, pendidikan, kesehatan, dan keagamaan. Kegiatan CSR tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat sekitar dan lingkungan di sekitar lokasi operasi perusahaan. Perusahaan juga diharuskan untuk menyusun laporan tahunan mengenai pelaksanaan CSR mereka.

Selain itu, ada juga panduan dan pedoman yang dikeluarkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, serta Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan yang memberikan arahan lebih rinci tentang implementasi CSR. Misalnya, Pedoman Pelaksanaan Program CSR dalam Bidang Lingkungan Hidup (2014) dan Pedoman Pelaksanaan Program CSR Bidang Pendidikan dan Kesehatan (2016).

Namun, meskipun terdapat kerangka kerja dan peraturan yang jelas, implementasi CSR di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah masalah penegakan hukum dan pengawasan yang belum optimal, sehingga ada kecenderungan bagi beberapa perusahaan untuk tidak mematuhi kewajiban CSR mereka sepenuhnya. Selain itu, terdapat juga kebutuhan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya CSR di kalangan perusahaan, terutama di sektor-sektor yang lebih kecil dan mikro.

Dalam konteks ini, pemerintah Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan efektivitas implementasi CSR melalui pembaharuan kebijakan dan kerjasama antara pemerintah, perusahaan, dan masyarakat sipil. Langkah-langkah tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa CSR tidak hanya dianggap sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai instrumen penting untuk memperbaiki kondisi sosial, lingkungan, dan ekonomi di Indonesia.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) adalah konsep yang mengharuskan perusahaan untuk mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan

dari kegiatan mereka. Hal ini menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga kepada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. CSR melibatkan berbagai kegiatan, termasuk dukungan terhadap pendidikan, kesehatan, lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan banyak lagi. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sambil menjalankan operasi bisnis yang berkelanjutan (Carroll, 1999).

Implementasi CSR melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah, perusahaan, dan masyarakat. Pemerintah sering kali memiliki peran dalam mengatur dan mendorong perusahaan untuk melaksanakan CSR melalui kebijakan, undang-undang, dan regulasi. Di sisi lain, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan program CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lingkungan di sekitar lokasi operasional mereka. Sementara itu, masyarakat juga memiliki peran penting dalam memantau dan memberikan umpan balik terhadap pelaksanaan CSR oleh perusahaan (Bhattacharya, Korschun, & Sen, 2009).

Pentingnya CSR telah semakin diperhatikan dalam konteks global dan nasional. Di tingkat global, banyak organisasi internasional, seperti PBB dan OECD, telah mengeluarkan pedoman dan kerangka kerja untuk mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab. Di tingkat nasional, banyak negara telah mengeluarkan undang-undang dan regulasi yang mengatur CSR. Di Indonesia, misalnya, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 memberikan kerangka kerja untuk pelaksanaan CSR (Pemerintah Republik Indonesia, 2012).

Namun, meskipun ada kemajuan dalam pemahaman dan pelaksanaan CSR, masih banyak tantangan yang dihadapi. Salah satunya adalah masalah kepatuhan dan transparansi. Beberapa perusahaan mungkin hanya memandang CSR sebagai kewajiban hukum tanpa komitmen yang nyata, sementara yang lain mungkin tidak mengungkapkan informasi dengan jujur tentang kegiatan CSR mereka. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum untuk

memastikan bahwa perusahaan benar-benar mematuhi kewajiban CSR mereka dengan baik (Elkington, 1997).

Dalam kesimpulannya, CSR merupakan elemen penting dalam operasi perusahaan modern. Implementasi yang efektif dari CSR tidak hanya menghasilkan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan memperkuat keberlanjutan bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami, menerima, dan mempraktikkan CSR sebagai bagian integral dari strategi mereka.

## **6.2 Implementasi CSR dalam Praktik Bisnis**

Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam praktik bisnis di Indonesia telah menjadi fokus utama bagi banyak perusahaan yang beroperasi di negara ini. Salah satu contoh yang menonjol adalah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI). BRI telah secara konsisten menerapkan program-program CSR yang berdampak positif bagi masyarakat di sekitarnya. Salah satu program unggulannya adalah "BRI Peduli," yang menargetkan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan, pendidikan keuangan, dan dukungan pembiayaan bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM).

Selain itu, BRI juga aktif dalam program-program sosial seperti pengembangan infrastruktur pendidikan dan kesehatan di daerah-daerah terpencil. Misalnya, BRI membangun sekolah-sekolah baru dan pusat kesehatan untuk memperbaiki akses masyarakat terhadap layanan pendidikan dan kesehatan yang berkualitas.

Contoh lain dari implementasi CSR dalam praktik bisnis di Indonesia adalah PT Unilever Indonesia Tbk. Unilever Indonesia telah lama menjadi pemimpin dalam praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Salah satu inisiatif CSR yang paling terkenal dari Unilever adalah "Program Beras Sejuta," di mana perusahaan memberikan bantuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani beras lokal dan memperbaiki infrastruktur irigasi di daerah-daerah pedesaan.

Selain itu, Unilever Indonesia juga terlibat dalam program-

program lingkungan seperti pengelolaan limbah dan konservasi air. Perusahaan ini berkomitmen untuk menggunakan energi terbarukan dan mengurangi emisi karbon dalam operasinya, serta mendukung program penghijauan dan restorasi hutan.

Namun, tantangan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan dalam menerapkan CSR di Indonesia termasuk kompleksitas regulasi dan birokrasi, serta kesenjangan antara harapan dan realitas di lapangan. Namun demikian, dengan komitmen yang kuat dan kolaborasi dengan pemerintah dan masyarakat sipil, implementasi CSR dalam praktik bisnis di Indonesia terus berkembang, memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.

### **6.3 CSR dan Dampak Sosial dan Lingkungan**

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki dampak yang signifikan terhadap masyarakat dan lingkungan. Implementasi CSR yang efektif dapat membawa berbagai manfaat positif, sementara ketidakseimbangan atau kelalaian dalam pelaksanaannya dapat menyebabkan dampak negatif yang serius. Berikut adalah beberapa contoh dampak sosial dan lingkungan dari CSR:

#### **1. Dampak Sosial:**

##### **a. Pemberdayaan Masyarakat**

Program CSR yang didesain dengan baik dapat memberdayakan masyarakat melalui pelatihan keterampilan, bantuan modal usaha, dan pembangunan infrastruktur sosial seperti sekolah dan rumah sakit.

##### **b. Peningkatan Kesejahteraan**

Investasi dalam program kesehatan, pendidikan, dan kemiskinan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan akses terhadap layanan kesehatan dan pendidikan.

##### **c. Peningkatan Kualitas Hidup**

Inisiatif CSR yang berfokus pada pemeliharaan lingkungan, kebersihan lingkungan, dan pemberdayaan perempuan dapat membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara



keseluruhan.

## 2. Dampak Lingkungan:

### a. Pengelolaan Sumber Daya Alam

Perusahaan yang menerapkan CSR secara efektif dapat berkontribusi pada pelestarian sumber daya alam dengan menerapkan praktik ramah lingkungan dalam operasi mereka, seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang baik, dan konservasi sumber daya alam.

### b. Penurunan Emisi Karbon

Perusahaan dapat mengurangi jejak karbon mereka dengan mengadopsi teknologi ramah lingkungan, mengurangi penggunaan bahan bakar fosil, dan mengadopsi strategi pengelolaan emisi karbon.

### c. Konservasi Lingkungan

Melalui program penanaman pohon, restorasi lahan yang terdegradasi, dan perlindungan habitat alam, perusahaan dapat berkontribusi pada konservasi lingkungan dan keanekaragaman hayati.

Contoh konkret dari dampak sosial dan lingkungan dari CSR dapat dilihat dalam berbagai studi kasus di seluruh dunia. Misalnya, perusahaan-perusahaan besar seperti Coca-Cola, Microsoft, dan Unilever telah menerapkan berbagai program CSR yang memberikan dampak positif yang signifikan terhadap masyarakat dan lingkungan di mana mereka beroperasi. Dari program penyediaan air bersih hingga pendidikan kewirausahaan, inisiatif CSR ini telah membawa perubahan yang positif bagi jutaan orang di seluruh dunia.

## 6.4 Kewajiban CSR di Indonesia

Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia didasarkan pada sejumlah regulasi yang mengatur kewajiban perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan sosial dan lingkungan. Salah satu landasan utama adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan setiap perusahaan untuk menjalankan kegiatan sosial dan lingkungan

sebagai bagian dari tanggung jawab mereka kepada masyarakat. Undang-undang ini menegaskan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang luas, bukan hanya terbatas pada mencari keuntungan finansial semata (Maula, 2017).

Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (CSR) juga memberikan kerangka kerja yang lebih spesifik untuk pelaksanaan CSR di Indonesia. Peraturan ini menetapkan bahwa perusahaan harus menjalankan kegiatan CSR yang mencakup bidang-bidang seperti lingkungan, pendidikan, kesehatan, pemberdayaan masyarakat, dan keagamaan (Pemerintah Republik Indonesia, 2012).

Namun, meskipun ada regulasi yang jelas tentang CSR, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah kesenjangan antara harapan dan kenyataan dalam pelaksanaannya. Beberapa perusahaan mungkin hanya memandang CSR sebagai kewajiban hukum tanpa komitmen yang nyata, sementara yang lain mungkin tidak memprioritaskan program CSR dengan baik (Bakker et al., 2020).

Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum terkait dengan pelaksanaan CSR. Penegakan hukum yang ketat dapat membantu memastikan bahwa perusahaan benar-benar mematuhi kewajiban mereka dalam melaksanakan program CSR secara efektif. Selain itu, diperlukan juga edukasi dan peningkatan kesadaran di kalangan perusahaan tentang pentingnya CSR sebagai bagian integral dari operasi bisnis mereka (Arifin & Nugraha, 2020).

Dalam konteks ini, kolaborasi antara pemerintah, perusahaan, dan masyarakat sipil sangat penting. Kolaborasi ini dapat membantu membangun kemitraan yang kuat dan saling mendukung dalam implementasi program CSR yang berkelanjutan dan bermakna. Dengan demikian, diharapkan bahwa implementasi CSR di Indonesia dapat menjadi lebih efektif dan memberikan dampak positif yang lebih besar bagi masyarakat dan lingkungan.

## 6.5 Tantangan dan Peluang dalam Implementasi CSR

Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan. Namun, seiring dengan tantangan tersebut, juga ada peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan program CSR. Berikut adalah beberapa tantangan dan peluang dalam implementasi CSR:

### 1. Tantangan

#### a. Kompleksitas Regulasi

Tantangan utama dalam implementasi CSR adalah kompleksitas regulasi yang berbeda di setiap negara atau daerah. Perusahaan sering kali menghadapi kesulitan dalam memahami dan mematuhi peraturan yang berlaku terkait dengan CSR.

#### b. Keterbatasan Sumber Daya

Banyak perusahaan, terutama yang berukuran kecil dan menengah, menghadapi keterbatasan sumber daya, baik dalam hal keuangan maupun SDM, yang dapat menjadi hambatan dalam pelaksanaan program CSR yang komprehensif.

#### c. Tantangan Budaya dan Nilai

Implementasi CSR juga dapat dihadapkan pada tantangan budaya dan nilai, terutama dalam masyarakat yang memiliki norma dan nilai yang berbeda-beda. Perusahaan perlu mempertimbangkan nilai-nilai lokal dan membangun program CSR yang sesuai dengan konteks budaya tempat mereka beroperasi.

### 2. Peluang

#### a. Inovasi dan Diferensiasi

Implementasi CSR dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk melakukan inovasi dalam bisnis mereka dan membedakan diri dari pesaing. Melalui pengembangan produk dan layanan yang berkelanjutan, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah yang

signifikan bagi pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

b. Kemitraan dan Kolaborasi

Peluang lainnya adalah melalui kemitraan dan kolaborasi dengan pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan masyarakat sipil. Kolaborasi ini dapat memperluas jangkauan dan dampak program CSR, serta memastikan bahwa program-program tersebut relevan dengan kebutuhan lokal dan mendapatkan dukungan yang luas.

c. Peningkatan Reputasi dan Kepercayaan

Implementasi CSR yang efektif dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan yang dianggap bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan sering kali mendapatkan dukungan yang lebih besar dari masyarakat, yang dapat berdampak positif pada kinerja keuangan dan keberlanjutan jangka panjang.

Dengan memahami tantangan dan peluang yang ada dalam implementasi CSR, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan untuk memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bimantoro, Arya; Pramesti, Wanda Alifiyah; Bakti, Satria Wira; Samudra, M. Aryo; & Amrozi, Yusuf. 2021. Paradoks Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi di Era 5.0. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(1), 58-68.
- Agrawal, Ajay; Gans, Joshua; & Goldfarb, Avi. 2019. Economic Policy for Artificial Intelligence. *Innovation Policy and the Economy*, 19, 139-159.
- Al Barghuthi, Nedaa Baker & Said, Huwida. 2014. Ethics Behind Cyber Warfare: A Study of Arab Citizens Awareness. *2014 IEEE International Symposium on Ethics in Science, Technology and Engineering*, 1-7.
- Arifin, Z., & Nugraha, A. D. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR) in Indonesia: An Analysis of Regulation and Implementation. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 35(2), 214-233.
- Aviatri, Pratantia & Nilasari, Ayunda Putri. 2021. Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 194-205.
- Awa & Palahudin. (2023). Explore The Importance of Creativity and Innovation in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Jurnal Visionida*, 9(2), 199-217.
- Awa. (2023). Pentingnya Kreativitas dan Inovasi dalam Dunia Usaha. In Hartini (Ed.), *Kewirausahaan (Kreativitas & Inovasi Disruptif)* (pp. 17-34). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Awa. (2024a). Kreativitas dan Inovasi SDM. In H. F. Ningrum (Ed.), *Manajemen Sumber Daya Manusia (Pendekatan Profesional)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Awa. (2024b). Penerapan Etika Bisnis dalam UMKM. In Hartini (Ed.),

- Etika Bisnis (Teori dan Implementasinya dalam Perusahaan)* (pp. 109-126). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Awa. (2024c). Teknologi dalam Bisnis. In P. T. Cahyono (Ed.), *Manajemen Bisnis* (pp. 117-155). Batam: Rey Media Grafika.
- Bageac, Daniel; Furrer, Olivier; & Reynaud, Emmanuelle. 2011. Management Students' Attitudes toward Business Ethics: A Comparison Between France and Romania. *Journal of Business Ethics*, 98(3), 391-406.
- Bakker, K. M., Jackson, A. J., Drabble, S. J., Macgregor, H., Patel, A., & Singh, A. (2020). Understanding the role of business in promoting community health in low- and middle-income countries: A scoping review. *Globalization and Health*, 16(1), 1-17.
- Bartlett, Jamie. 2018. *The People vs Tech*. New York: Penguin Random House. <http://www.worldcat.org/oclc/1077483710>.
- Bartneck, Christoph; Lütge, Christoph; Wagner, Alan; & Welsh, Sean. 2021. *An Introduction to Ethics in Robotics and AI*. Cham: Springer Nature.
- Beekun, Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami*. (Muhammad, Trans). Kamdani (Ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bertens, K. 2007. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Brown, Betty Jean & Clow, John E. 2008. *Glencoe Introduction to Business*. New York: Glencoe/McGraw-Hill.
- Budiman, Haris. 2017. Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 31-43.
- Butarbutar, Bosman. 2019. Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 1(2), 187-195.
- Caza, Arran; Barker, Brianna A.; & Cameron, Kim S. 2004. Ethics and Ethos: The Buffering and Amplifying Effects of Ethical Behavior and Virtuousness. *Journal of Business Ethics*, 52(2),

169-178.

- Chaturvedi, Sachin; Zhao, Yandong; Yadikas, Miltos; & Stemerding, Dirk. 2015. Conclusions: Incorporating Ethics into Science and Technology Policy. In M. Ladikas et al. (Eds.), *Science and Technology Governance and Ethics: A Global Perspective from Europe, India and China* (pp. 165-173). Cham: Springer International Publishing.
- Clark, Andy & Chalmers, David J. 1998. The Extended Mind. *Analysis*, 58(1), 7-19.
- Cohen, Stanley. 1972. *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of The Mods and Rockers*. London: MacGibbon and Kee.
- Duda, Sarah J. & Peters, Vickie. 2014. Thou Shalt Not... A Look at The Ethics of Copying Software Code. *2014 IEEE International Symposium on Ethics in Science, Technology and Engineering*, 1-5.
- Duffy, Andrew & Knight, Megan. 2019. Don't Be Stupid: The Role of Social Media Policies in Journalistic Boundary-Setting. *Journalism Studies*, 20(7), 932-951.
- Efendi, Erwan; Jasmine, Afifa Syahira; Nasution, Indah Mukhrezi; Arkam, Naufal Dzakwani; Artika, Sindi; & Sabila, Umaira. 2023. Etika dan Manfaat Teknologi dalam Penyebaran Informasi. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(5), 10298-10309.
- Epstein, Robert & Robertson, Ronald E. 2015. The Search Engine Manipulation Effect (SEME) and Its Possible Impact on The Outcomes of Elections. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 112(33), E4512-E4521.
- Etzkowitz, Henry. (2008). *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. New York: Routledge.
- Fischer, Manfred M. & Fröhlich, Josef. 2013. *Knowledge, Complexity*

- and Innovation Systems*. Secaucus, NJ: Springer Science & Business Media.
- Ford, Martin. 2015. *Rise of The Robots: Technology and The Threat of A Jobless Future*. New York: Basic Books.
- Froehlich, Thomas J. 1997. Ethical Considerations of Information Professionals. *Annual Review of Information Science and Technology (ARIST)*, 27, 291-324.
- Garcia, Flavio D. & Jacobs, Bart. 2010. Privacy-Friendly Energy-Metering via Homomorphic Encryption. *Security and Trust Management, Lecture Notes in Computer Science*, 6710, 226-238.
- Ginting, Philemon. 2008. *Kebijakan Penanggulangan Tindak Pidana Teknologi Informasi Melalui Hukum Pidana*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goodpaster, Kenneth E. 1991. Business Ethics and Stakeholder Analysis. *Business Ethics Quarterly*, 1(1), 53-73.
- Griffin, Ricky W. & Ebert, Ronald J. 2007. *Bisnis* (ed. 8). (E. C. Tarmidzi, Trans). Jakarta: Erlangga.
- Güth, Werner; Schmittberger, Rolf; & Schwarze, Bernd. 1982. An Experimental Analysis of Ultima Tum Bargaining. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 3(4), 367-388.
- Hartono, Dwi. 2020. Fenomena Kesadaran Bela Negara di Era Digital dalam Perspektif Ketahanan Nasional. *Jurnal Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 8(1), 14-33.
- Hastriana, Umniyatis Sholihah. 2017. Etika dan Hukum Pelaksanaan Sistem Informasi Manajemen serta Dampaknya terhadap Masalah Sosial dan Budaya Organisasi. *Sinteks: Jurnal Teknik*, 6(1), 9-19.
- Hildebrandt, Mireille. 2013. Balance or Trade-off? Online Security Technologies and Fundamental Rights. *Philosophy and*



- Technology*, 26(4), 357-379.
- Ismanto, Budi; Yusuf; & Suherman, Asep. 2022. Membangun Kesadaran Moral dan Etika dalam Berinteraksi di Era Digital pada Remaja Karang Taruna RW 07 Rempoa, Ciputat Timur. *Jammu: Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 1(1), 43-48.
- Jogiyanto, Hartono Mustakini. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Johnson, Earvin. 2010. *Business Technology Simplified*. Washington, DC: Microsoft Corporation, Small Business Administration (SBA).
- Johnson, Maritza L., Bellovin, Steven M., & Keromytis, Angelos D. 2011. Computer Security Research with Human Subjects: Risks, Benefits and Informed Consent. *International Conference on Financial Cryptography and Data Security*, Springer, Berlin, 131-137.
- Kanter, Rosabeth Moss. 1983. *The Change Masters: Innovations for Productivity in the American Corporation*. New York: Simon and Schuster.
- Keraf, A. Sonny. 1998. *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya* (ed. baru). Yogyakarta: Kanisius.
- Kieran, Matthew. 2002. *Media Ethics*. London: Routledge.
- Kristanti, Desi. 2023. Konsep Dasar Etika Bisnis. In D. E. Putri & R. M. Sahara (Eds.), *Etika Bisnis* (pp. 1-12). Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kvalnes, Øyvind. 2020. *Digital Dilemmas: Exploring Social Media Ethics in Organizations*. London: Palgrave Macmillan.
- Lebrine S., Elfina. 2010. Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kejahatan Korporasi dalam Lingkup Kejahatan Bisnis. *JMK: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 12(1), 56-65.
- Li, Bo-hu; Hou, Bao-cun; Yu, Wen-tao; Lu, Xiao-bing; & Yang, Chun-

- wei. 2017. Applications of Artificial Intelligence in Intelligent Manufacturing: A Review. *Frontiers of Information Technology & Electronic Engineering*, 18(1), 86-96.
- Light, Ann; Simpson, Gini; Weaver, Lois; & Healey, Patrick G. T. 2009. Geezers, Turbines, Fantasy Personas: Making The Everyday into The Future. In *Proceedings of C&C '09* (pp. 39-48). New York: ACM Press.
- Loi, Michele & Christen, Markus. 2020. Ethical Frameworks for Cybersecurity. In M. Christen et al. (Eds.), *The Ethics of Cybersecurity* (pp. 73-95). Cham: Springer Nature.
- Lütge, Christoph; Rusch, Hannes; Uhl, Matthias; & Luetge, Christoph. 2014. *Experimental Ethics: Toward an Empirical Moral Philosophy*. London: Palgrave Macmillan.
- Makridakis, Spyros. 2017. The Forthcoming Artificial Intelligence (AI) Revolution: Its Impact on Society and Firms. *Futures*, 90, 46-60.
- Mason, Richard O. 1986. Four Ethical Issues of the Information Age. *MIS Quarterly*, 10(1), 5-12.
- Maula, F. (2017). Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation in Indonesia: A Study of Motives and Challenges. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(2), 125-134.
- Munteanu, Cosmin; Molyneaux, Heather; Moncur, Wendy; Romero, Mario; O'Donnell, Susan; & Vines, John. 2015. Situational Ethics: Re-Thinking Approaches to Formal Ethics Requirements for Human-Computer Interaction. In *Proceedings of CHI 2015* (pp. 105-114). New York: ACM Press.
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nallaperumal, Krishnan. 2018. CyberSecurity Analytics to Combat Cyber Crimes. *2018 IEEE International Conference on*

- Computational Intelligence and Computing Research (ICCIC)*, 1-4.
- Nambisan, Satish; Lyytinen, Kalle; Majchrzak, Ann; & Song, Michael. 2017. Digital Innovation Management: Reinventing Innovation Management Research in a Ddigital World. *MIS Quarterly*, 41(1), 223-238.
- Nikoloski, Krume. 2014. The Role of Information Technology in the Business Sector. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 3(12), 303-309.
- Owen, Richard; Bessant, John; & Heintz, Maggy. (Eds.). (2013). *Responsible Innovation: Managing the Responsible Emergence of Science and Innovation in Society*. London: Wiley.
- Pariser, Eli. 2011. *The Filter Bubble: What The Internet is Hiding from You*. London: Penguin.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2012). Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.
- Rahmawati, Siti Nur Eliza; Hasanah, Maulinda; Rohmah, Ainur; Pratama, Rizki Adytia Putra; & Anshori, M. Isa. 2023. Privasi dan Etika dalam Manajemen Sumber Daya Manusia Digital. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(6), 1-23.
- Safitri, Andriani & Dewi, Dinie Anggraeni. 2021. Implementasi Nilai-nilai Pancasila sebagai Pedoman Generasi Milenial dalam Bersikap di Media Sosial. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 3(1), 78-87.
- Saifullah, Muhammad. 2011. Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127-156.
- Sollie, Paul. 2009. On Uncertainty in Ethics and Technology. In P. Sollie & M. Düwell (Eds.), *Evaluating New Technologies:*

- Methodological Problems for the Ethical Assessment of Technology Developments*. Heidelberg: Springer.
- Spring, Jonathan M. & Illari, Phyllis. 2019. Building General Knowledge of Mechanisms in Information Security. *Philosophy & Technology*, 32, 627-659.
- Stanwick, Peter A. & Stanwick, Sarah D. 2014. *Understanding Business Ethics* (2nd ed.). P. Quinlin et al. (Eds.). California: Sage Publications, Inc.
- Sukirno, Zakaria Lantang. 2017. Model Komunikasi Pemasaran Bisnis Jasa. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(1), 13-26.
- Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. 2008. *Nudge: The Gentle Power of Choice Architecture*. Yale: New Haven.
- Trobez, Sara; Vesić, Monika; Žerovnik, Gaja; Ye, Xiaoli; & Žužul, Darjan. 2017. The Effect of Culture on Business Ethics. *Dynamic Relationships Management Journal*, 6(1), 51-59.
- Turban, Efraim; Volonino, Linda; & Wood, Gregory L. 2015. *Information Technology for Management: Digital Strategies for Insight, Action, and Sustainable Performance* (10th ed.). B. L. Golub et al. (Eds.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Utama, Agung Bella Putra; Wibawa, Aji Prasetya; Masrurroh, Betty; & Ningrum, Vira Setia. 2021. Prinsip Etika Keilmuan Bidang Teknologi Informasi dan Penerapannya dalam Karya Tulis Ilmiah. *Jurnal Inovasi Teknik dan Edukasi Teknologi*, 1(8), 630-640.
- van den Hoven, Jeroen; Lokhorst, Gert-Jan; & van de Poel, Ibo. 2012. Engineering and The Problem of Moral Overload. *Science and Engineering Ethics*, 18, 143-155.
- Waycott, Jenny & Vines, John. 2019. Designing Technologies with Older Adults: Ethical Tensions and Opportunities. In B. B. Neves & F. Vetere (Eds.), *Ageing and Digital Technology: Designing and Evaluating Emerging Technologies for Older*

*Adults* (pp. 173-187). Singapore: Springer Nature Singapore Pte Ltd.

Zaltman, Gerald; Duncan, Robert; & Holbek, Jonny. 1973. *Innovations and Organizations*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

## **PROFIL PENULIS**



**Dwi Wahyono**

## ETIKA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS

*Oleh Janet Wilsye Litualy, S.E., M.Si.*

### 7.1. Hakekat Etika dalam Bisnis

Etika adalah evaluasi kritis terhadap tindakan yang seharusnya dilakukan dan yang seharusnya dihindari (Bertens, 2014). Sebagai cabang filsafat, etika memeriksa moralitas tindakan manusia, dengan demikian, dapat dianggap sebagai filsafat moral. Ajaran moral, di sisi lain, mencakup norma, perintah, atau aturan yang mengatur tindakan berdasarkan martabat manusia. Dengan dasar pemahaman tentang etika dan moralitas, etika bisnis mencerminkan penerapan prinsip-prinsip etis dalam konteks bisnis (Weruin, 2019).

Menurut Joseph L. Badaracco Jr., seorang pakar etika bisnis yang dikutip oleh Harvard Business Review, etika bisnis tidak hanya tentang menjadi baik, tetapi juga tentang kebijaksanaan. Ia mengajarkan bahwa dalam dunia bisnis, keputusan yang diambil harus bijaksana dan tidak hanya berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi juga mempertimbangkan dampaknya terhadap orang lain dan lingkungan sekitar. Dalam kata-katanya, "Being ethical is not the same as being good; it is about being wise."

Etika diperlukan dalam pengambilan keputusan karena dapat membantu memastikan bahwa keputusan yang diambil tidak berpihak pada satu pihak saja melainkan berpihak pada kepentingan semua pihak, tidak merugikan pihak lain dan tentunya sesuai dengan norma dan nilai-nilai.

## **7.2. Peran Etika Dalam Bisnis**

Untuk memahami peran etika dalam menjalankan bisnis, penting untuk menerapkan etika dalam proses pengambilan keputusan. Di tengah kompleksitas dunia bisnis, keputusan yang diambil oleh para pengambil keputusan dalam perusahaan harus mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk pertimbangan etika, untuk memastikan keberlanjutan bisnis.

Aswand (2018) menyoroti potensi munculnya perilaku pelanggaran etika dalam kegiatan perusahaan, yang mungkin dipicu oleh keyakinan bahwa seseorang adalah yang paling benar dalam berbagai situasi. Oleh karena itu, disiplin moral sangat diperlukan dalam setiap situasi agar keputusan yang diambil tetap memiliki nilai etika. Etika bisnis memiliki peran krusial dalam perusahaan, di mana kesuksesan tidak hanya bergantung pada moral dan manajemen yang efektif, tetapi juga pada penerapan etika bisnis yang baik.

Pengambilan keputusan memegang peran penting dan mendesak dalam manajemen perusahaan, karena keputusan manajemen akan diimplementasikan oleh bawahan atau organisasi yang dipimpin (Aprilia Ayu dkk, 2024). Oleh karena itu, setiap keputusan harus dipertimbangkan dengan cermat. Keputusan bisnis tidak hanya terkait dengan angka dan strategi, melainkan juga harus melibatkan pertimbangan etika. Dalam konteks ini, perusahaan perlu mempertimbangkan apakah keputusan tersebut sesuai dengan nilai-nilai moral, integritas, dan tanggung jawab sosial, sehingga mencerminkan kualitas etika bisnis yang diterapkan.



Pada dasarnya, praktik etika bisnis diyakini dapat memberikan manfaat positif bagi perusahaan, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Etika bisnis dapat mengurangi biaya dengan mencegah kemungkinan friksi, baik di internal maupun eksternal perusahaan. Selain itu, etika bisnis dapat meningkatkan motivasi pekerja, melindungi prinsip kebebasan berdagang, dan meningkatkan keunggulan bersaing.

Perusahaan yang menerapkan nilai-nilai etika bisnis cenderung memiliki tingkat kepuasan kerja yang tinggi, terutama ketika perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis, seperti diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karier. Etika bisnis memiliki peran krusial dalam membentuk perusahaan yang kokoh, memiliki daya saing tinggi, dan mampu menciptakan nilai yang tinggi. Fondasi yang solid untuk mencapai hal tersebut melibatkan perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur transparan, budaya perusahaan yang handal, dan penerapan etika perusahaan secara konsisten.

Richard De George menekankan bahwa untuk kesuksesan perusahaan, tiga elemen kunci diperlukan: produk yang baik, manajemen yang baik, dan etika. Dalam sudut pandang etika, bisnis yang menghasilkan keuntungan diharapkan tidak merugikan pihak lain dan harus tetap menghormati kepentingan serta hak orang lain. Hukum juga menjadi faktor penting dalam mengatur kegiatan bisnis, memberikan norma yang lebih jelas dan pasti dibandingkan etika.

Dengan demikian, peran etika dalam bisnis adalah krusial untuk kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Bisnis yang tidak etis dapat merugikan dirinya sendiri, terutama dalam jangka panjang. Bisnis yang berhasil bukan hanya yang menghasilkan keuntungan, tetapi juga yang beroperasi secara moral. Perilaku yang baik, termasuk dalam konteks bisnis, mencerminkan kesesuaian dengan nilai-nilai moral yang mendasari etika bisnis.

### **7.3. Teori Pengambilan Keputusan**

Kebijakan dapat dianggap sebagai tindakan yang diarahkan pada tujuan tertentu dalam penyelesaian suatu permasalahan. Tindakan yang diambil oleh para pemimpin atau pengambil kebijakan biasanya melibatkan serangkaian keputusan yang saling terkait dengan masalah yang dihadapi. Proses pengambilan keputusan dapat dipahami sebagai pemilihan alternatif terbaik dari beberapa pilihan yang tersedia.

Beberapa teori yang sering digunakan dalam konteks pengambilan kebijakan Menurut *Charles Lindblom, 1965 (Ahli Ekonomi dan Matematika)* dalam Mulyono (2015) adalah sebagai berikut:

#### **1) Teori Rasional Komprehensif**

Teori ini mencakup beberapa unsur, antara lain: Pembuatan keputusan terfokus pada suatu masalah yang dapat dibedakan dari masalah-masalah lain atau setidaknya dianggap sebagai masalah yang dapat dibandingkan satu sama lain. Tujuan, nilai, atau sasaran yang menjadi pedoman pembuat keputusan jelas dan dapat diurutkan berdasarkan prioritas atau kepentingannya.

Alternatif-alternatif untuk memecahkan masalah diselidiki dengan cermat. Pembuat keputusan memilih alternatif terbaik untuk mencapai tujuan, nilai, dan sasaran yang ditetapkan.

Menurut Charles Lindblom, dalam teori rasional komprehensif, seringkali pengambilan keputusan tidak menghadapi masalah yang konkret, dan terkadang keputusan kurang tepat terhadap akar permasalahan. Teori ini menekankan unsur-unsur yang bersifat tidak rasional dalam pengambilan keputusan, seperti konflik nilai-nilai pribadi dengan nilai-nilai masyarakat. Meskipun teori ini

mengasumsikan bahwa fakta dan nilai dapat dibedakan dengan jelas, dalam praktiknya sulit memisahkan fakta dengan nilai.

Dalam beberapa kasus, terutama di negara berkembang seperti Indonesia, penerapan teori rasional komprehensif menghadapi tantangan. Beberapa faktor penyebabnya antara lain ketidaklengkapannya informasi dan data statistik yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, perbedaan latar belakang dan ekologi budaya, serta birokrasi yang cenderung tidak mendukung unsur rasional dalam pengambilan keputusan akibat tingginya tingkat korupsi.

## **2) Teori Incremental**

Teori ini menjadi pilihan umum bagi pejabat pemerintah dalam pengambilan keputusan. Prinsip dasarnya adalah menghindari pertimbangan yang berlebihan sebelum membuat keputusan. Beberapa poin kunci dari teori incremental adalah Pertama, pembuat keputusan dianggap hanya mempertimbangkan beberapa alternatif yang langsung berhubungan dengan inti masalah, dan alternatif-alternatif ini hanya dianggap berbeda secara inkremental atau marjinal.

Tidak ada keputusan atau pendekatan pemecahan masalah yang tepat untuk setiap situasi. Keputusan yang efektif bergantung pada berbagai analisis yang mendasari persetujuan dalam pengambilan keputusan. Pendekatan inkremental menciptakan kesempatan untuk memperbaiki atau melengkapi keputusan sebelumnya demi penyempurnaan.

Teori ini dapat diterapkan dengan baik pada negara-negara yang memiliki struktur pemerintahan majemuk. Keputusan dan kebijakan dibuat berdasarkan saling percaya politis antara berbagai pihak, yang dianggap lebih aman. Keadaan realistik di banyak negara, di mana pengambil keputusan dihadapkan pada keterbatasan waktu, kurangnya pengalaman, dan kekurangan sumber daya lain untuk analisis yang komprehensif, mendukung penerapan teori ini.

### **3) Teori Pengamatan Terpadu (*Mixed Scanning Theory*)**

Dalam teori pengamatan terpadu (*Mixed Scanning Theory*), Etzioni, seorang ahli sosiologi organisasi, menyusun konsep baru sebagai respons terhadap kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam konsep teori-teori sebelumnya. Pengamatan terpadu diartikan sebagai pendekatan untuk membuat keputusan, baik yang bersifat fundamental maupun inkremental. Keputusan inkremental diarahkan untuk memberikan pedoman dan mempersiapkan jalan bagi keputusan-keputusan fundamental setelah mencapai titik tertentu.

Etzioni menciptakan Model Pengamatan Terpadu yang memberikan peluang bagi pengambil keputusan untuk merancang keputusan dengan menerapkan teori rasional komprehensif dan teori inkremental dalam berbagai konteks. Pada dasarnya, teori pengamatan terpadu ini mengadopsi pendekatan kompromi dengan mengintegrasikan penggunaan model rasional komprehensif dan model inkremental dalam proses pengambilan keputusan.

#### **7.4. Proses Pengambilan Keputusan Etis**

Dalam konteks bisnis, etika merujuk pada standar perilaku yang menetapkan apa yang dianggap benar atau salah. Memasukkan etika dalam pengambilan keputusan oleh pimpinan dapat membantu perusahaan menjaga reputasinya dan menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan aman bagi karyawan serta pemangku kepentingan. Pemimpin perlu menyadari bahwa setiap keputusan yang mereka buat memiliki dampak pada orang lain, dan oleh karena itu, mereka harus mempertimbangkan konsekuensi dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip etika yang benar. Integrasi etika dalam pengambilan keputusan memungkinkan pemimpin menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan aman bagi semua yang terlibat.

Proses pengambilan keputusan dalam organisasi tidak sederhana, karena memerlukan analisis dan data yang akurat.

Keputusan yang diambil dengan sembrono dapat mengecewakan banyak pihak. Oleh karena itu, pengambilan keputusan harus melibatkan pertimbangan matang agar diterima oleh sebanyak mungkin orang.

Pengambilan keputusan, secara definisi, melibatkan pengumpulan informasi, penilaian alternatif pilihan, dan penentuan pilihan terakhir yang dianggap terbaik. Dalam konteks perusahaan, ini adalah tindakan memilih antara berbagai opsi untuk mencapai tujuan. Proses pengambilan keputusan menjadi krusial untuk mendukung kegiatan bisnis sehingga perusahaan dapat beroperasi dengan optimal.

Mendapatkan informasi yang tepat untuk strategi bisnis dan pengambilan keputusan memiliki signifikansi yang sangat tinggi dalam dunia bisnis. Keputusan bisnis tidak hanya berdampak secara segera, tetapi juga dapat memiliki implikasi jangka panjang yang substansial. Berikut adalah beberapa alasan pentingnya mempertimbangkan pengambilan keputusan bisnis:

1. Dampak pada Keberlanjutan Perusahaan: Pengambilan keputusan bisnis dapat memengaruhi tingkat produktivitas perusahaan. Ketika perusahaan mampu beradaptasi dan melakukan perubahan dengan tepat, pencapaian jangka panjang dapat meningkat, mendukung keberlanjutan bisnis.
2. Peningkatan Profitabilitas: Keputusan bisnis yang tepat dapat membantu perusahaan membuat keputusan cerdas yang pada akhirnya meningkatkan profitabilitas. Ini mencakup tidak hanya keputusan pembelian bisnis, tetapi juga aspek lain seperti pengembangan jalur penjualan baru, penawaran produk yang cerdas, strategi promosi yang efektif, dan lainnya.

3. Dampak pada Kesuksesan Rekrutmen: Keputusan bisnis yang bijaksana terkait dengan rekrutmen dan pelatihan berdampak positif pada perusahaan. Ini membantu perusahaan menarik tenaga kerja yang terampil dan sesuai dengan kebutuhan, menciptakan lingkungan kerja yang memuaskan bagi karyawan.
4. Menunjukkan Profesionalisme: Secara keseluruhan, informasi untuk strategi bisnis dan pengambilan keputusan yang tepat mencerminkan tingkat profesionalisme yang tinggi di dalam lingkungan perusahaan. Ini memberikan kesan baik kepada atasan, tim, dan pihak lain yang berkepentingan dalam perusahaan.

Berikut adalah beberapa kategori keputusan bisnis yang sering dilakukan dalam perusahaan:

1. Keputusan Operasional: adalah keputusan harian yang diambil oleh karyawan perusahaan. Ini mencakup berbagai aspek seperti kebutuhan pengiriman produk, manajemen inventaris, pengiriman kepada pelanggan, penggunaan anggaran departemen, proses pemasaran/penjualan, dan lainnya.
2. Keputusan Strategis: melibatkan pengambilan keputusan bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan di masa mendatang. Ini seringkali terkait dengan tujuan jangka panjang dan jangka pendek, seperti penataan prosedur produksi, investasi baru, penerapan strategi pemasaran baru, dan sebagainya.
3. Keputusan Rekrutmen: berkaitan dengan kebijakan perusahaan terkait proses perekrutan pekerja. Ini melibatkan identifikasi kebutuhan rekrutmen, deskripsi pekerjaan,

evaluasi kandidat, proses wawancara, dan diambil oleh manajemen tingkat atas.

4. Keputusan Keuangan: dilakukan untuk menjaga kesehatan keuangan perusahaan, termasuk distribusi anggaran, penetapan HPP dan biaya produksi, aktivitas investasi, pelunasan utang, pembayaran gaji karyawan, dan lainnya.
5. Keputusan Struktur Bisnis: keputusan terkait struktur bisnis dilakukan sebelum atau setelah bisnis berjalan. Ini mencakup aturan kepemilikan perseroan, korporasi, kemitraan, dan dapat melibatkan penyesuaian berdasarkan regulasi badan hukum.
6. Keputusan Kebijakan Bisnis: mencakup aspek karyawan seperti tunjangan, cuti berbayar, kebijakan SDM, cuti hamil, kebijakan konsumen, dan kesejahteraan karyawan.
7. Keputusan Teknologi: Keputusan teknologi diambil oleh para profesional perusahaan terkait kebutuhan teknologi di departemen atau perusahaan secara keseluruhan. Ini termasuk pemilihan perangkat lunak SDM, peralatan komunikasi, peralatan kantor, database perusahaan, dan sebagainya.

Berikut adalah beberapa metode efektif yang dapat diterapkan oleh pemimpin dalam proses pengambilan keputusan atau pembuatan kebijakan.

- 1) Identifikasi Keputusan yang Akan Diambil:  
Sebelum mengambil keputusan, disarankan untuk mengidentifikasi dengan cermat masalah yang membutuhkan keputusan cepat. Tujuan dari identifikasi ini adalah untuk meminimalkan potensi bias dalam keputusan yang diambil.
- 2) Mengumpulkan Informasi dan Data Pendukung:

Kumpulkan beragam informasi, baik dari sumber internal maupun eksternal organisasi. Semakin banyak informasi yang dikumpulkan, semakin komprehensif pembahasan dalam proses pengambilan keputusan.

3) Membuat Alternatif Pilihan:

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melibatkan tahapan diskusi atau pertukaran ide antar tim. Pemimpin dan timnya dapat menciptakan beragam alternatif pilihan.

4) Menimbang Informasi yang Diperoleh:

Dari berbagai alternatif keputusan, pertimbangkan aspek positif dan negatif masing-masing pilihan. Sebelum membuat keputusan atau kebijakan, masukan dari berbagai pihak dapat diminta untuk memastikan efektivitas keputusan.

5) Tentukan Pilihan dari Berbagai Alternatif yang Ada:

Setelah berdiskusi dan menimbang informasi, pemimpin akan menyusutkan pilihan ke satu opsi terbaik. Pemilihan tersebut harus didasarkan pada pertimbangan yang matang dan kematangan informasi yang diperoleh.

6) Menjalankan Keputusan Efektif:

Setelah melalui langkah-langkah sebelumnya, pemimpin perlu menerapkan keputusan dengan tindakan konkret. Tindakan tersebut harus dipertimbangkan secara matang sebelumnya.

7) Review dan Evaluasi Keputusan yang Diambil:

Setelah implementasi keputusan, lakukan evaluasi dan review terhadap hasilnya. Untuk memastikan efektivitas keputusan, perbaikan terus-menerus harus dilakukan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Bertens, K. 2014. Pengantar Etika Bisnis. Penerbit Kanisius. Yogyakarta
- Hasoloan, Aswand. 2018. Peranan Eetika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. Jurnal Warta. Universitas Dharmawangsa
- Mulyono, 2015. Teori Pengambilan Keputusan. Retrieved from <http://mulyono.staff.uns.ac.id/22009/06/08>
- Weruin, U. U. 2019. Teori-Teori Etika Dan Sumbangan Pemikiran Para Filsuf Bagi Etika Bisnis. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis, 3(2), 313–322. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i2.3384>

## **PROFIL PENULIS**



**Janet Wilsye Litualy, S.E., M.Si.  
Dosen Akuntansi PSDKU MBD  
Universitas Pattimura**

Janet Wilsye Litualy, SE., M.Si atau yang biasa disapa dengan Jen, (Lahir di Ambon, 22 April 1990) umur 33 Tahun adalah Seorang Dosen Tetap pada Perguruan Tinggi Universitas Pattimura.

## ETIKA PRODUKSI DAN DISTRIBUSI

*Oleh Zuhdi Arman, M.H.*

### 8.1. Prinsip-prinsip Etika dalam Produksi

Prinsip-prinsip Etika dalam Produksi merupakan fondasi moral yang memandu perilaku perusahaan dalam lingkup kegiatan produksi. Pertama-tama, keadilan dalam perlakuan terhadap karyawan menjadi pijakan utama, di mana setiap individu harus diperlakukan secara adil dan setara, tanpa memandang latar belakang ras, agama, jenis kelamin, atau faktor diskriminasi lainnya. Perlakuan yang adil juga mencakup kebijakan pembayaran yang layak dan kesempatan yang sama bagi semua anggota tim. Selanjutnya, keselamatan dan kesehatan kerja menjadi prioritas, di mana perusahaan harus menciptakan lingkungan kerja yang aman, memberikan pelatihan keselamatan yang tepat, dan menyediakan perlindungan diri yang sesuai bagi karyawan. Investasi dalam program keselamatan ini tidak hanya menjaga kesejahteraan staf, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan produktivitas di tempat kerja. Terakhir, kualitas produk dan transparansi menjadi prinsip kunci lainnya, di mana perusahaan harus memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang tinggi dan aman bagi

konsumen. Komunikasi yang jujur dan transparan tentang produk kepada konsumen juga penting, termasuk memberikan informasi yang akurat tentang komposisi dan risiko potensial yang terkait.

Dengan mengikuti prinsip-prinsip etika ini, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, menghasilkan produk yang aman dan berkualitas, serta membangun kepercayaan yang kuat di kalangan konsumen dan masyarakat secara luas.

## **8.2. Prinsip-prinsip Etika dalam Distribusi**

Prinsip-prinsip Etika dalam Distribusi menyoroti pentingnya kesetaraan akses, keberlanjutan lingkungan, dan integritas dalam pemasaran. Pertama-tama, kesetaraan akses menegaskan bahwa distribusi yang etis harus memastikan bahwa produk dan layanan tersedia untuk semua orang tanpa memandang status sosial atau ekonomi. Ini mencakup kebijakan harga yang adil serta upaya untuk memastikan bahwa tidak ada kelompok masyarakat yang terpinggirkan dalam akses terhadap barang dan jasa yang mereka butuhkan. Selanjutnya, keberlanjutan lingkungan menjadi aspek penting, di mana perusahaan harus mempertimbangkan dampak lingkungan dari kegiatan distribusi mereka. Ini melibatkan penggunaan metode transportasi yang ramah lingkungan, pengurangan limbah, dan peningkatan efisiensi energi dalam rantai pasokan. (Ferrell, 2019)

Terakhir, integritas dalam pemasaran menuntut bahwa perusahaan berkomunikasi dengan jujur dan transparan tentang produk dan layanan mereka. Mereka tidak boleh membuat klaim yang tidak dapat dibuktikan atau menyesatkan konsumen dengan informasi yang tidak benar. Dengan mematuhi prinsip-prinsip etika dalam distribusi ini, perusahaan dapat memastikan bahwa kegiatan bisnis mereka tidak hanya memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan

masyarakat yang lebih adil dan lingkungan yang lebih berkelanjutan.

### **8.3. Dampak Etika Produksi dan Distribusi**

Dampak Etika Produksi dan Distribusi merentang ke berbagai bidang, mulai dari kepercayaan konsumen hingga dampak ekonomi dan lingkungan. Pertama-tama, etika dalam produksi memengaruhi persepsi konsumen terhadap merek dan perusahaan. Ketika perusahaan mengadopsi prinsip-prinsip etika dalam kegiatan produksi mereka, konsumen cenderung lebih percaya dan loyal terhadap merek tersebut. Kualitas produk juga meningkat karena perusahaan mempertimbangkan faktor-faktor seperti keamanan dan bahan baku berkualitas tinggi. Kepuasan konsumen pun meningkat karena mereka mendapatkan produk yang memenuhi harapan mereka. Selain itu, praktik-produksi yang berkelanjutan mendukung keberlanjutan lingkungan dengan mengurangi dampak negatif seperti polusi dan penggunaan sumber daya alam yang berlebihan. Dampak ini memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan kesejahteraan manusia. Selanjutnya, prinsip-prinsip etika juga memengaruhi kesejahteraan karyawan, dengan memastikan upah yang adil, lingkungan kerja yang aman, dan kesempatan untuk pengembangan karier. (Hoffman, 2014)

Dengan memperhatikan keadilan sosial dan inklusi dalam distribusi, perusahaan juga membantu mengurangi kesenjangan sosial dan menciptakan masyarakat yang lebih inklusif. Dampak positif ini berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan pembangunan masyarakat yang lebih baik secara keseluruhan. Selain itu, perusahaan yang mematuhi prinsip-prinsip etika cenderung memiliki reputasi yang lebih baik dan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Akhirnya, dengan membantu menciptakan lingkungan yang lebih baik, perusahaan memainkan peran penting dalam membangun masa depan yang berkelanjutan bagi generasi

mendatang. (John Wiley, 2016)

Dampak Etika Produksi dan Distribusi tidak hanya terbatas pada konsumen dan lingkungan, tetapi juga meresap ke dalam berbagai aspek sosial, ekonomi, dan reputasi perusahaan. Di samping kepercayaan konsumen yang diperoleh dari praktik-produksi yang transparan dan bertanggung jawab, etika dalam produksi juga menciptakan dampak positif pada ekonomi. Perusahaan yang berkomitmen pada prinsip-prinsip etika cenderung mendapatkan dukungan yang lebih besar dari masyarakat, media, dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini memperkuat reputasi merek mereka dan membedakan mereka dari pesaing, sehingga meningkatkan daya tarik merek dan memperluas pangsa pasar. Dampak ekonomi positif ini juga dapat dilihat dalam kinerja keuangan perusahaan, dengan investasi jangka panjang dalam etika produksi yang sering kali menghasilkan imbal hasil yang berkelanjutan. Lebih lanjut, prinsip-prinsip etika produksi dan distribusi juga memainkan peran penting dalam membangun masyarakat yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Ketika perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat lokal, memperkuat ekonomi lokal, dan berpartisipasi dalam inisiatif sosial, mereka membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas. Ini menciptakan lingkungan yang lebih harmonis di mana perusahaan, masyarakat, dan lingkungan hidupnya dapat saling mendukung dan berkembang bersama. Dengan demikian, etika produksi dan distribusi bukan hanya tentang memenuhi kewajiban hukum, tetapi juga merupakan investasi dalam pembangunan masa depan yang lebih baik dan lebih berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat. (Crane, 2016)

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa Etika Produksi dan Distribusi memiliki dampak yang luas dan signifikan pada berbagai aspek sosial, ekonomi, lingkungan, dan reputasi perusahaan. Dengan mematuhi prinsip-prinsip etika ini, perusahaan

dapat memperoleh kepercayaan konsumen, meningkatkan kualitas produk, mendukung keberlanjutan lingkungan, dan memperkuat kesejahteraan karyawan. Selain itu, etika produksi dan distribusi juga berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih inklusif dan berkelanjutan, serta memperkuat reputasi dan daya tarik merek perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika dalam semua aspek kegiatan bisnis mereka, karena hal ini tidak hanya membawa manfaat jangka pendek, tetapi juga menciptakan nilai tambah jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat.

Dengan demikian, etika produksi dan distribusi bukan hanya menjadi tanggung jawab moral perusahaan, tetapi juga merupakan strategi yang cerdas untuk mencapai kesuksesan jangka panjang yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, L., & Holt, D. T. (1997). Ethical issues in the distribution of products by multilevel marketing companies. *Journal of Business Ethics*, 16(4), 353-362.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. Oxford University Press.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2019). *Business ethics: Ethical decision making & cases*. Cengage Learning.
- Hoffman, W. M., Frederick, R. E., & Schwartz, M. S. (2014). *Business ethics: Readings and cases in corporate morality*.
- John Wiley & Sons. Shaw, W. H., & Barry, V. (2016). *Moral issues in business*. Cengage Learning.

## **PROFIL PENULIS**



**Zuhdi Arman, M.H.**  
**Dosen Fakultas Hukum**  
**UM Sumatera Barat**

Dikenal dengan Zuhdi, Putera Asli Melayu Bengkalis-Riau. Mulai berkarir di dunia Dosen sejak tahun 2018, sebelum menjadi dosen pernah bekerja sebagai karyawan BUMN. Telah memiliki beberapa sertifikat keahlian dan kompetensi, antara lain: Applied Approach-Pekerti, Assesor Kompetensi (BNSP), Sertifikat Auditor, Sertifikat Mediator, Sertifikat Ahli Kontrak Pengadaan Barang dan Jasa, Sertifikat PKPA (Pendidikan Khusus Profesi Advokat), dan Sertifikat PKA (Pendidikan Keahlian Advokat).



## INVESTASI DAN PENGEMBANGAN PERTANIAN

*Oleh Erita, S.E., M.Pd.E.*

### 9.1 Investasi dalam pertanian

Salah satu sektor riil yang benar-benar riil dibutuhkan oleh manusia adalah sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan daya ungkit perekonomian. Banyak ahli, termasuk Timmer (2005) yang mengatakan bahwa saatnya kita kembali ke pertanian untuk pembangunan ekonomi suatu bangsa mengingat pentingnya sektor pertanian, bahkan untuk mengatasi kemiskinan.

Sektor pertanian sangat menjanjikan untuk dijadikan usaha atau bisnis. Potensi sumberdaya alam yang luar biasa, jumlah permintaan yang sangat banyak dan terus meningkat baik digunakan untuk pangan, pakan, energi maupun untuk industri lainnya, merupakan peluang usaha yang sangat menggiurkan, mulai dari produk pertanian pangan, peternakan, perikanan, kehutanan dan perkebunan.

Melakukan investasi pertanian bisa tampak seperti langkah strategi yang bagus. Banyak orang yang masih membutuhkan sehingga investasi di bidang ini menjadi pilihan yang tepat. Minat dalam produksi pertanian sebagai investasi telah tumbuh bersama dengan populasi dunia.

Banyak investor menganggap pertanian sebagai sektor yang tahan resesi, karena semua orang masih membutuhkan pangan. Kondisi itu didukung dengan bertambahnya populasi dunia. Pertanian masih berperan penting yang terus meningkat dalam menopang masyarakat global. Berinvestasi di sektor pertanian memang terlihat mudah, sementara di sisi lainnya, banyak yang mengatakan investasi pertanian ini cukup banyak menguras perhatian. Banyak yang berpendapat, investasi ini bukan strategi yang layak untuk para investor. Sebab, membutuhkan modal yang besar dan waktu yang banyak untuk mengoperasikan sebuah pertanian. Padahal tak selamanya melakukan investasi pertanian harus terjun langsung untuk mengoperasikannya sendiri.

## **9.2 Jenis-Jenis Potensi Investasi Sektor Pertanian**

Pemerintah mengemban tugas untuk melaksanakan pembangunan multidimensi di mana hasilnya nanti akan dinikmati oleh semua lapisan masyarakat, salah satunya adalah pembangunan ekonomi daerah. Diperlukan beragam sumber daya pendukung untuk mencapai tujuan tersebut, seperti kapabilitas dan kualitas sumberdaya manusia sebagai actor utama pembangunan, ketersediaan sarana prasarana, dukungan dan kerjasama dengan pihak-pihak terkait lainnya, pendanaan dan lain-lain. Di antara beberapa sumber daya pendukung tersebut, aktivitas pengembangan penanaman modal, sangat relevan dengan pencapaian tujuan pembangunan ekonomi daerah, sehingga mampu menciptakan lapangan kerja, kestabilan ekonomidaerah, serta mengembangkan basis ekonomi yang beragam (Ma'ruf, 2012).

Kegiatan penanaman modal di daerah selama ini sangat berperan penting antara lain dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan bersifat padat karya di mana akhirnya berujung pada

terciptanya transformasi ekonomi (Hartono & Setyowati, 2011). Oleh karena itu perlu adanya kebijakan penanaman modal yang dapat menstimulasi masuknya pemodal untuk berkenan menanamkan modalnya pada suatu sektor bisnis di daerah tertentu. Dalam rangka mempersuasi dan menarik minat investasi baru dapat dilakukan melalui beragam pilihan kebijakan yang bermuara pada pemberian kemudahan penanaman modal maupun pemberian insentif. Kebijakan itu antara lain perbaikan regulasi yang mendukung penanaman modal, penyederhanaan prosedur perijinan, pemberian kemudahan dan insentif dalam bidang penanaman modal, misalnya insentif pajak (Tambunan, 2006). Keberadaan investasi modal telah menyatu dalam penyelenggaraan pembangunan ekonomi nasional, bahkan diposisikan sebagai media untuk meningkatkan perekonomian daerah. Ketersediaan dana investasi tersebut sangat diperlukan ketika lembaga ataupun perorangan menghadapi suatu peluang usaha dengan prospek yang bagus, walaupun terkadang memiliki tingkat risiko yang tidak kecil. Risiko dimaknai sebagai perubahan kehilangan/kerugian (*change of loss*), kemungkinan kehilangan / kerugian (*possibility of loss*), ketidakpastian (*uncertainty*), penyebaran hasil aktual dari hasil yang diharapkan (Wulandari & Wahyudi, 2014). Namun justru dari peluang usaha yang berisiko itu diharapkan mampu memberikan imbal hasil yang lebih tinggi yang sejalan dengan prinsip *high risk high return* (Iskandar, 2006).

Salah satu sector usaha yang berprospek bagus di Indonesia adalah sector pertanian, meskipun memiliki risiko bisnis yang relatif tinggi dibanding lainnya. Indonesia telah dikenal sebagai negara agraris yang memiliki keunggulan dari keberagaman hayati dan posisi geografis yang menempatkannya sebagai negara beriklim tropis. Sektor pertanian berkontribusi cukup signifikan terhadap

peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), sehingga dianggap cukup mampu untuk menjaga kestabilan dan ketahanan ekonomi suatu negara. Peningkatan dalam sektor pertanian akan diikuti dengan meningkatnya minat investor dalam melakukan investasi dalam bidang pertanian. Namun menurut Warsani(2013),investasi pada sektor pertanian sangat berisiko dan tidak mudah diprediksi, terutama jika dikaitkan dengan faktor alam seperti cuaca dan iklim. Adanya risiko ketidakpastian yang relatif tinggi ini membuat para pemodal berusaha meminimalkan dan mengalihkan risiko.Aglina and Gunardi(2015) menyatakan salah satu cara yang digunakan adalah dengan membeli asuransi lahan pertanian untuk perlindungan terhadap lahan pertanian yang dimiliki serta pendapatan yang masuk dari hasil produksi jika terjadi kegagalan panen.Asuransi pertanian ini ditawarkan sebagai salah satu skema pendanaan yang berkaitan dengan pembagian risiko dalam kegiatan usaha tani (Pasaribu, 2014). Adapun strategi pengelolaan risiko lainnya pada bidang pertanian terdiri dari strategi budidaya, strategi pembagian risiko, diversifikasi, jaminan sosial, atau pasar berjangka.

- **Peluang Investasi Pembangunan Green House**

Risiko produk pertanian adalah musim serangan hama penyakit. Salah satu upaya adaptasinya adalah dengan green house khususnya untuk tanaman hortikultura Petani sebagai investor, saat ini belum bias bangun green house sendiri, butuh investor lain untuk membangunnya, dimana petani akan menyewa green house tersebut. Jika ini terjadi, ada investasi masuk berupa pembangunan green house beserta peralatannya



Gambar 1 : Green house hydroponic

- **Peluang Investasi Resi Gudang Swasta**
  - Pemerintah memberi ruang investasi berupa aturan yang mendukung (sudah ada)
  - Pemerintah juga bisa memberi insentif berupa kemudahan pendanaan dan peraturan, termasuk investasi dibidang lain dengan syarat sudah inves dipertanian
  - Ada uang masuk berupa pembangunan gudang, pemeliharaan, penyewaan gudang, pembelian produk petani, tenaga kerja
  - Ada nilai investasi 2 milyar per 1000m<sup>2</sup> untuk setiap gudang yang dibangun (asumsi per m<sup>2</sup> 2 juta).
  - Dengan asumsi 1 kecamatan, 1 gudang, berarti ada 573x2milyar=1,146 Triliun
  - Belum lagi pengadaan sarana transportasi akibat aktivitas ini
  - Kapasitas gudang 2-3 ton per m<sup>2</sup>. Jika luas 1000 m<sup>2</sup>, berarti kapasitasnya 2-3 ribu ton. jika profit margin Rp100,-, maka investor akan untung 2000,000x100=200jt per siklus

bisnisnya

- Risikonya, biaya penyimpanan, susut, rusak, harga tidak meningkat atau turun,tidak laku



Gambar 2 : Resi gudang

- **Peluang Investasi Alat dan Mesin Pertanian**

- Ciri pertanian di Indonesia, salah satunya adalah tidak efisien dan tidak produktif. Ini karena skala usaha yang kecil-kecil dan terpecah
- Untuk mengatasi ini, perlu penggabungan lahan dalam bentuk farmers'entreprise.
- Jika ini sudah, perlu alat dan mesin pertanian untuk melakukan usaha disektor pertanian pangan dan perkebunan khususnya. Ada investasi masuk berupa pembelian alat dan mesin pertanian, sewa alat dan mesin, tenaga kerja, energy.
- Penyewaan perahu, mesin, alat tangkap,cooler atau cold storage di daerah pantai



Gambar : Alat dan mesin pertanian (panen)

- **Peluang Investasi Usaha Komoditi**
  - Pada bidang ini, usaha yang bisa ditingkatkan investasinya adalah memproduksi komoditi, baik untuk kebutuhan dalam negeri maupun luar negeri, bergantung pasarnya
  - Sub bidangnya, mulai dari bibit/benih, pupuk, obat-obatan, produksi komoditi, pasca panen dan pengolahan serta nilai
  - Sektornya mulai dari pertanian (padi, palawija, hortikultura), perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan
  - Peningkatan nilai investasi: jika ada 2jt rumah tangga petani, rata-rata menambah 10 jt/petani/musim saja, maka akan ada peningkatan nilai investasi dipertanian sejumlah 20 triliun setiap musimnya.
- **Peluang Investasi Bulog Swasta**
  - Secara bisnis, ada peluang untuk investor menanamkan

modalnya Namun aturannya belum ada

- Perlu insentif agar investor mau menanamkan modalnya
- Ada uang masuk berupa pembangunang udang,pemeliharaan,penyewaan gudang,pembelian produk petani, tenaga kerja
- Ada nilai investasi 2milyar per 1000m<sup>2</sup> untuk setiap gudang yang dibangun (asumsi per m<sup>2</sup> 2 juta).
- Dengan asumsi 1 kecamatan,1 gudang,berarti ada 573x2milyar =1,146Triliun
- Belum lagi pengadaan sarana transportasi akibat aktivitas ini
- Kapasitas gudang 2-3 ton per m<sup>2</sup>. Jika luas 1000 m<sup>2</sup>, berarti kapasitasnya 2-3 ribu ton. jika profit margin Rp100,-, maka investor akan untung 2000,000x100=200jt per siklus bisnisnya
- Risikonya,biaya penyimpanan,susut,rusak,harga tidak meningkat atau turun,tidak laku

Upaya pengembangan dan perluasan usaha dapat dilakukan dengan menggiatkan kegiatan investasi. Pada bidang komoditi ini, usaha yang bisa ditingkatkan investasinya adalah memproduksi komoditi, agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri maupun luar negeri. Adapun sub bidangnya meliputi dari pengadaan bibit/benih, pupuk, obat-obatan, produksi komoditi, pasca panen dan pengolahan serta penciptaan nilai (value).

Peluang investasi ini dapat dijumpai pada beragam sector usaha,mulai dari pertanian (padi, palawija,hortikultura), perkebunan, peternakan, perikanan,dan kehutanan.Ketika investasi pada beragam komoditi dan sektor usaha di atas dapat berjalan dengan baik, maka diharapkan akan menghasilkan peningkatan nilai investasi yang signifikan. Sebagai ilustrasi apabila ada 2 juta rumah tangga petani,



di mana rata-rata rumah tangga tersebut mampu menambah Rp. 10 jt/petani/musim saja, maka akan ada peningkatan nilai investasi disektor pertanian sejumlah Rp.20triliun setiap musimnya.Nilai total pengembangan investasi ini akan jauh berlipat apabila masing-masing rumah tangga petani mampu berkontribusi di atas nilai rata-rata padasetiap musimnya.

### **9.3 Pengembangan Pertanian**

Pengembangan sektor pertanian di pedesaan menghadapi berbagai tantangan. Beberapa faktor teknis dan nonteknis juga ditengarai menjadi kendala dalam pembangunan pertanian di masa yang akan datang. Strategi pengembangan pertanian yang dapat diterapkan yakni: a) Pemberdayaan kelembagaan serta organisasi petani, b) Revitalisasi sistem inovasi teknologi dengan mempertimbangkan aspek penelitian, pengembangan dan jaringan inovasi interaktif, c) Pengembangan akses jaringan komunikasi.

#### **1. Pemberdayaan kelembagaan serta organisasi petani**

Untuk menggerakkan petani berinvestasi atau untuk menarik pihak lain berinvestasi, perlu diperkuat dan dikembangkan dahulu kelembagaan investasinya. Dalam hal ini,diperlukan kelembagaan penarik agar supaya investasi pertanian bergerak dan berkembang. Pengembangan kelembagaan tersebut terdiri dari :

- a. Revitalisasi kelembagaan investasi: Dimulai dari Perusda yang bertindak sebagai “holding” yang selanjutnya perlu menarik BUMDes sebagai mitra atau menjadi“ cabang” nya.
- b. Pemerintah juga perlu mengembangkan BUMDes guna mempercepat budaya wirausaha dan bisnis BUMDes. Pemerintah desa perlu mendorong dan mengalokasikan program dan anggaran dana desanya untuk mengembangkan

#### BUMDes

- c. Pengembangan klaster sebagai kelembagaan investasi. Secara teoritis, klaster merupakan kelembagaan yang bisa mengembangkan suatu bisnis kecil. Secara empiris juga, telah banyak bukti kesuksesan jenis lembaga ini dalam mengembangkan bisnis (Choirunnisa & MUDAKIR, 2012; Ishlah & Geologi, 2009; Sandriana, Hakim, & Saleh, 2014). Ini berarti pengembangan investasi pertanian bias ditarik dan dikembangkan oleh klaster
- d. Perlu dikuatkan lembaga produksi petani (kelompok tani) menjadi lembaga usaha/bisnis yang berbadan hukum. Kelompok tani bias membuat badan hukum minimal usaha dagang (UD) untuk mengatasi persoalan pemasaran produknya petani anggotanya.
- e. Bisa juga kumpulan petani membuat badan hukum bisnis berupa PT Perusahaan Milik Petani dengan pemegang saham utamanya adalah petani dan harus go public.
- f. Perlu penguatan SDM. Perlu “dikawal”, dimonitor dan didukung terus sebagai revolusi bisnis didesa.

#### 9.4 Revitalisasi System Inovasi Teknologi

Inovasi yang diterima dan diserap oleh Kelompok Tani diterima dari proses penyuluhan yang diberikan oleh PPL yang bertugas dan diadakan setiap 2 (dua) minggu sekali pada hari Kamis siang. Kegiatan penyuluhan ini diikuti oleh anggota kelompok yang telah memiliki ruangan pertemuan kelompok sendiri sehingga proses penyuluhan tidak dilakukan dengan system anjang sana di setiap rumah anggota kelompok yang biasanya dilakukan pada kelompok tani yang lain .

Kegiatan penyuluhan ini juga selalu dihadiri oleh PPL dengan inovasi penyuluhan yang variatif dari metode pemupukan, cara pembuatan pupuk organik, penanggulangan penyakit, sosialisasi kebijakan pertanian, hingga penguatan kelompok tani. Inovasi penyuluhan ini tidak hanya berasal dari instansi/pemerintah saja seperti sosialisasi kebijakan pertanian, namun juga dari kebutuhan petani pertanian. Hasil penelitian yang dapat diakses oleh petani maupun PPL sendiri melalui media-media yang ada seperti radio, internet (jurnal penelitian maupun youtube), seminar dan pelatihan. Upaya ini tidak dapat dipisahkan dari berbagai pihak, misalnya instansi/dinas pertanian setempat, pihak perguruan tinggi, petani, dan stakeholder pertanian. Dengan metode penyuluhan seperti ini diharapkan agar inovasi yang diterima petani semakin berkembang sehingga upaya pertanian yang dilakukan mampu untuk mencapai system agribisnis dari hulu hingga ke hilir.

### **9.5 Pengembangan akses jaringan komunikasi.**

Di era sekarang ini perkembangan ilmu teknologi sudah semakin canggih dan terus berkembang. Informasi yang tiap waktu terus terbarukan menjadi salah satu kebutuhan bagi manusia yang saat ini dikenal dengan era milenial. Akses terhadap segala bentuk informasi saat ini tidak hanya bersumber dari media televisi, radio, ataupun media cetak namun sekarang telah berkembang media komunikasi melalui smart phone dengan akses internet yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun.

Jaringan komunikasi dewasa ini menjadi hal yang dibutuhkan, tidak hanya komunikasi secara langsung, namun komunikasi secara tidak langsung pun demikian. Jaringan komunikasi yang baik akan memberikan berbagai dampak positif bagi

penggunanya. Perkembangan informasi dan komunikasi khususnya melalui media digital seperti saat ini menjadi tidak terbandung. Dengan kata lain arus informasi dan komunikasi saat ini selalu mengalami pembaharuan dan kemajuan tiap harinya dari berbagai bidang keilmuan tidak terkecuali pertanian, sehingga petani dan para pelaku pertanian saat ini dapat mengetahui dan mengakses informasi dengan cepat.

Masyarakat memanfaatkan teknologi ini sebagai akses informasi pasar dan trend ekonomi, membuat keputusan lebih baik dalam mengelola sumber daya dan mengembangkan usaha. Salah satu aplikasi yang digunakan adalah panda.id . Petani bisa mengakses informasi tentang haega pasar, teknologi pertanian dan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga mereka dapat meningkatkan produktifitas dan pendapatan mereka. Selain itu, masyarakat juga bias memanfaatkan informasi yang tersedia untuk mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah yang lebih inovatif dan kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arrozi, M., & Septyanto, D. (2014). Preferensi Investor Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Ma'ruf, A. (2012). Strategi Pengembangan Investasi di Daerah: Pemberian Insentif Ataupun Kemudahan? JESP: Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan, 13(1), 43-52.
- Pasaribu, S. M. (2014). Penerapan Asuransi Pertanian di Indonesia: Haryono (ed.) Reformasi Kebijakan Menuju Transformasi Pembangunan Pertanian. Jakarta: IAARD Press.
- Sandriana, N., Hakim, A., & Saleh, C. (2014). Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Di Kota Malang. REFORMASI, 5(1), 89-100.
- Warsani, H. (2013). Kajian Pemanfaatan Lahan Sawah Di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Wulandari, S., & Wahyudi, A. (2014). Manajemen Resiko Dalam Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia. September, 2018 Jurnal Agribest 2 (2) : 159 DOI : [10.32528 / agribest . v2i2 . 1627](https://doi.org/10.32528/agribest.v2i2.1627) License CC BY 4.0

## PROFIL PENULIS



**Erita, S.E., M.Pd.E.**

**Dosen Pendidikan Akuntansi**

**Universitas PGRI Sumatera Barat**

Erita,SE,M.Pd.E. lahir 14 September 1973 di Padang Ganting, Batusangkar, Sumatera Barat. Merupakan anak ke tiga dari empat bersaudara. Yang Memiliki Hobi Sepak Bola, Pendidikan SD di SDN 01 Padang Ganting, SMPN 1 Padang Ganting, dan SMAN 8 Padang . S1 selesai di Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta jurusan Akuntansi , S2 di Universitas Negeri Padang tahun 2014. Saat ini bekerja sebagai dosen tetap di Universitas PGRI Sumatera Barat di Fakultas Ekonomi dan bisnis.

Mata kuliah yang diampu diantaranya Pengantar bisnis, Pengantar manajemen, Media Pembelajaran, Akuntansi Keuangan dan Akuntansi manajemen.

## ETIKA DALAM HUBUNGAN BISNIS

*Oleh Anna Valensia C de Fretes*

### 10.1 Pengertian Etika

Etika adalah prinsip dan standar yang membantu individu dan kelompok bertindak atau berperilaku. Aristoteles mendefinisikan etika sebagai terminus technicus dan manner and custom. Terminus technicus adalah etika yang dipelajari sebagai ilmu pengetahuan dengan mempelajari suatu masalah tindakan atau perbuatan manusia. Sedangkan manner and custom adalah pembahasan etika tentang tata cara serta adat kebiasaan yang melekat pada kodrat manusia, yang sangat terkait dengan arti baik dan buruk suatu perilaku, tingkah laku, atau perbuatan manusia.

Etika, juga dikenal sebagai tata susila, adalah ide tentang bagaimana tindakan sosial harus benar atau baik berdasarkan kebiasaan yang dimiliki oleh individu dan kelompok. Etika dibentuk melalui proses filsafat, sehingga sekarang menjadi bagian dari filsafat. Moral adalah komponen utama dari etika.

Dr. O.P. Simorangkir mengatakan bahwa etika adalah pemahaman manusia tentang apa yang baik dan buruk dalam tindakan manusia. Menurut Prof. DR. Franz Magnis Suseno, etika adalah ilmu yang mencari arah atau memberikan pijakan.

### 10.2 Pengertian Bisnis

Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan individu atau

kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan. Menyediakan barang dan jasa untuk kelancaran sistem perekonomian juga merupakan definisi bisnis dari Buku Pengantar Bisnis oleh (Hadion Wijoyo et al, 2021)

Bisnis adalah membuat, membeli, atau menjual barang dan jasa yang kemudian ditukar dengan uang, pekerjaan, atau aktivitas.

"Organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud untuk mendapatkan laba" adalah definisi bisnis, menurut Griffin dan Ebert (2007) dalam Suwarso (2018:101).

### **10.3 Pengertian Etika dalam Hubungan Bisnis**

Dalam berbisnis tentunya ada aturan-aturan maupun kontrak yang mengikat antara kedua pihak yang melakukan perjanjian. Dalam mengikuti tata aturan yang berlaku dibutuhkan sebuah Etika dalam menyikapinya. Untuk itulah Etika begitu penting dalam sebuah hubungan bisnis.

Etika dalam berbisnis adalah sebuah konsep yang sangat penting untuk diterapkan oleh setiap individu ataupun perusahaan dalam menjalankan bisnis. Etika dalam berbisnis adalah sebuah nilai-nilai moral yang harus dipegang teguh dalam menjalankan bisnis, seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial.

Etika bisnis merupakan suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma serta moralitas yang berlaku secara universal (Muslich,2004).

Menurut (Bertens,2000) etika bisnis bahkan lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan dengan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis sering kita temukan wilayah abu-abu yang tidak diatur oleh ketentuan hukum.

### **10.4 Teori-teori Etika dalam hubungan bisnis**

Berikut merupakan teori-teori Etika dalam hubungan bisnis:

1. Teori Deontologi

"Deontologi" berasal dari bahasa Yunani, di mana "deon"



berarti "kewajiban" dan "logos" berarti "ilmu." Teori ini menyatakan bahwa beberapa prinsip moral berlaku secara universal dan merupakan kewajiban bagi setiap orang. Teori ini menekankan bahwa setiap orang harus melakukan segala sesuatu berdasarkan standar moral yang tepat. Seseorang adalah orang yang baik jika mereka berperilaku sesuai dengan standar. Teori ini dalam konteks bisnis menganggap bahwa setiap bisnis harus menjalankan operasinya sesuai dengan norma masyarakat. Beberapa hal yang harus dilakukan adalah berbisnis dengan jujur dan memperlakukan pelanggan dengan baik.

2. Teori Teology

"Teologis" berasal dari bahasa Yunani, "telo" berarti "tujuan". Teori teologi adalah etika yang menentukan apakah suatu tindakan baik atau buruk berdasarkan tujuan yang ingin dicapai atau akibatnya. Suatu tindakan dinilai baik jika tujuannya adalah untuk mencapai tujuan yang baik atau jika hasilnya baik dan bermanfaat.

3. Etika Hak

Banyak orang menggunakan teori etika hak untuk menilai apakah tindakan, perbuatan, dan kebijakan perusahaannya telah dianggap baik atau buruk dengan menggunakan kaidah hak seseorang. Hak seseorang tidak dapat dicabut dengan alasan apa pun. Misalnya, konsumen berhak mendapatkan barang dan layanan terbaik. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus melakukan semua yang mereka bisa untuk memenuhi hak tersebut.

4. Teori Keutamaan

Tidak ada perbedaan antara tindakan yang etis dan tidak etis dalam teori keutamaan. Jika ditanyakan kepada mereka yang menganut paham egois, jawabannya adalah bahwa suatu tindakan dianggap etis jika mampu memenuhi kebutuhan seseorang. Konsep kepuasan menjadi topik utama dalam teori ini karena setiap orang ingin diutamakan dalam memenuhi kepentingannya sendiri.

## **10.5 Tujuan Etika dalam Hubungan Bisnis**

Etika bisnis yang kuat membantu membangun kepercayaan, mempertahankan reputasi yang baik, dan memberikan nilai jangka panjang bagi perusahaan. Adapun beberapa tujuan dalam hubungan bisnis adalah sebagai berikut :

1. Mendorong Kesadaran Moral  
Tujuan etika bisnis yang pertama adalah untuk mendorong kesadaran moral. Tanpa disadari, menjalankan bisnis tidak hanya berputar di kegiatan operasional dan mencari keuntungan saja. Tetapi juga berinteraksi dengan orang lain. Seperti rekan kerja, atasan dan bawahan, pelanggan, hingga investor dan orang penting lainnya. Jika sebuah perusahaan menjunjung tinggi nilai kesopanan, maka perusahaan tersebut bisa berjalan dengan baik.
2. Menjaga Sikap dan Perilaku Saat Berbisnis  
Dalam setiap perusahaan pasti selalu ada SOP (Standard Operating Procedure) yang berlaku. Salah satunya adalah etika dalam berbisnis baik di dalam dan di luar perusahaan. Artinya, perusahaan turut menjaga sikap dan perilaku setiap anggotanya saat berbisnis.
3. Memberikan Batasan  
Satu lagi tujuan etika bisnis yang perlu Anda ketahui adalah untuk memberikan batasan kerja yang profesional untuk setiap anggota perusahaan. Batasan ini dilakukan agar semuanya bisa menjalankan bisnis dengan baik sesuai dengan standar yang berlaku.

## **10.6 Manfaat Etika dalam Hubungan Bisnis**

Perusahaan yang menerapkan etika bisnis akan mendapatkan manfaat berupa kepercayaan dari konsumen. Selain itu etika bisnis juga bermanfaat untuk menunjukkan perusahaan memiliki kejujuran dan tidak akan membohongi konsumen. Berikut merupakan pemaparan beberapa manfaat Etika dalam hubungan bisnis :

1. Memiliki Reputasi yang Baik  
Perusahaan yang menerapkan etika bisnis seharusnya

memiliki citra yang baik dan membuat pelanggan terus bertambah. Dengan demikian, perusahaan dapat berkembang dan mencapai targetnya dengan sukses.

2. Menimbulkan Kepercayaan

Perusahaan yang jujur akan mendapatkan keuntungan, seperti kepercayaan pelanggan. Selain loyalitas, mereka akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

3. Keuntungan Maksimal

Perusahaan yang menerapkan etika bisnis akan membuat pelanggan percaya dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar karena mereka memberikan kepercayaan penuh kepada mereka.

4. Menjunjung Nilai Moral

Nilai moral selalu berkaitan dengan etika bisnis dan mempengaruhi perilaku dan moral karyawan. Nilai-nilai ini sendiri yang membuat perusahaan lebih baik.

### **10.7 Prinsip Etika dalam Hubungan Bisnis**

Dalam menangani berbagai bentuk situasi bisnis entah baik maupun tidak baik keadaan bisnis tersebut, Perusahaan maupun individu diharuskan mampu memenuhi norma-norma dalam menyikapi keadaan tersebut. Untuk itulah, dalam mempertegas Etika dalam hubungan bisnis, Etika sendiri memiliki prinsip-prinsip yang diberlakukan secara universal.

Ada beragam prinsip-prinsip Etika dalam hubungan bisnis yang diterapkan oleh tiap-tiap Perusahaan. Namun, memiliki makna yang sama. Antara lain sebagai berikut :

1. Kejujuran

Dalam suatu hubungan bisnis harus diawali dengan sebuah Kejujuran. Karena untuk membangun kepercayaan rekan bisnis maupun kepercayaan konsumen diperlukan sebuah kejujuran. Entah itu tentang baiknya produk yang dihasilkan, dan Batasan-batasan dalam penggunaan produk tersebut. Kejujuran bukan saja membangun kepercayaan difase awal peluncuran dan pemasaran produk perusahaan, tapi dalam pengembangan dan inovasi, meskipun berbeda jenis produk

yang kamu tawarkan namun *Brand Image* atau citra merek Perusahaan tetap dipercaya oleh konsumen maupun mitra kerja bisnis Perusahaan.

2. Integritas

Integritas merupakan prinsip etika bisnis yang perlu diterapkan Perusahaan. Seperti anda membuktikan visi Perusahaan kedepan sejalan dengan proses dan capaian Ketika dilapangan. Integritas membangun suatu konsistensi Perusahaan sehingga mendapat kepercayaan mitra kerja bisnis maupun konsumen yang menikmati produk Perusahaan.

3. Loyalitas

Dalam perjalanan suatu Perusahaan, pastinya tidak hanya sesuai dengan perencanaan diawal saja. Namun juga memiliki tantangan maupun godaan-godaan dengan alibi untuk mendapatkan penghasilan lebih banyak, menjadi suatu tantangan yang harus dihadapi oleh tiap Perusahaan. Apabila suatu Perusahaan tetap loyal dalam menjalankan bisnis dengan mengikuti prinsip etika bisnis yang ada, maka Perusahaan tersebut menciptakan lebih banyak produk dan lebih banyak jaringan Kerjasama bisnis dibanding sebelumnya. Namun sebaliknya, jika tergoda dan tidak loyal, maka Perusahaan tersebut dapat anjlok dalam beberapa tahun kedepan.

4. Pengambilan Keputusan yang benar

Dalam suatu hubungan bisnis, tentunya sebuah Keputusan baik besar maupun kecil tentunya memiliki konsekuensinya sendiri. Untuk itu dibutuhkan gagasan dan ide yang tidak melenceng dari aturan main Perusahaan dan prinsip bisnis Perusahaan yang sudah diterapkan sebelumnya.

5. Adil

Artinya dalam suatu hubungan bisnis, buka hanya untuk kepentingan konsumen saja, dan konsumen saja yang diperhatikan atau diprioritaskan. Kepentingan konsumen juga harus sejalan dengan kepentingan karyawan. Apabila

tidak terdapat titik temu, maka harus melakukan evaluasi menyeluruh untuk mendapat kesamaan. Kemudian, berbagai kepentingan-kepentingan sepihak yang dapat menyebabkan ketidakadilan bagi para konsumen yang menikmati maupun karyawan sebagai pekerja.

#### 6. Menjaga Sumber Daya Alam

Sebagai suatu Perusahaan, entah itu memproduksi barang ataupun jasa, tentunya akan berpengaruh pada Sumber Daya Alam yang ada. entah pada saat produksi yang memerlukan bahan baku, ataupun limbah hasil produksi yang digunakan. Perusahaan harus mampu memenuhi prinsip ini yang disesuaikan dengan peraturan Perusahaan yang ada maupun peraturan negara yang berlaku. Jika terjadi pelencengan dan dibiarkan begitu saja, kepercayaan konsumen maupun mitra yang akan menjadi taruhannya. Karena selain ingin menikmati produk Perusahaan, mereka juga memikirkan dampak yang akan terjadi pada alam.

### **10.8 Faktor-faktor yang mempengaruhi Etika dalam Hubungan Bisnis**

Dalam berbisnis, bukan saja berbicara tentang kepercayaan konsumen, prinsip-prinsip Perusahaan yang harus dijalankan tetapi juga mengenai faktor-faktor yang dikatakan mampu mempengaruhi Etika Perusahaan dalam bisnis. Antara lain sebagai berikut :

#### 1. Perkembangan di lingkungan nasional

Etika dalam berbisnis pun bisa terganggu oleh perkembangan nasional. Seperti contohnya perubahan-perubahan kebijakan pemerintah pusat, ataupun larangan dan peraturan-peraturan baru yang mungkin saja lebih menekan Tingkat produksi Perusahaan, sehingga bisa memicu Perusahaan untuk bertindak diluar prinsip-prinsip etika yang dikemukakan di atas.

#### 2. intervensi pemerintah

Dalam berbisnis, pemerintah seringkali mengeluarkan

kebijakan yang tidak sejalan dengan tujuan Perusahaan. Sehingga seringkali pemerintah mengintervensi dalam proses produksi ataupun proses pemasaran dengan cara menambahkan kebijakan maupun aturan-aturan baru sehingga bisa saja membuat Perusahaan melenceng dari etika dalam berbisnis.

### 3. Globalisasi

Faktor selanjutnya yang mampu mempengaruhi etika dalam hubungan bisnis suatu Perusahaan adalah perkembangan globalisasi. Ketika Perusahaan mampu mengikuti perkembangan globalisasi yang ada dengan membuat inovasi-inovasi yang sejalan maka kemungkinan besar, Perusahaan dapat *Survive* meskipun perkembangan globalisasi melejit. Demikian sebaliknya, apabila Perusahaan tidak mampu menjawab perkembangan globalisasi, Perusahaan akan mengalami kemunduran dalam pemasaran dan produksi. Lambat laun, Perusahaan tersebut dapat anjlok bahkan gulung tikar.

### 4. Tuntutan konsumen

Tuntutan konsumen dalam hal ini berbicara mengenai jumlah produksi, inovasi dalam produk barang, jangkauan distribusi produk, dan harga yang terjangkau. Tentunya, menjadi suatu sebab akibat Perusahaan harus memutar otak dalam pemenuhan semua itu, demi produk yang terus habis dipasaran. Pemenuhan itulah yang kadang menjadi cikal bakal Perusahaan melanggar prinsip dan etika Perusahaan yang sebelumnya telah diciptakan dalam diri konsumen dan mitra bisnis.

### 5. Hubungan pemasok dan Perusahaan

Dalam Perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa tentunya akan berhubungan dengan pemasok. Pemasok ini merupakan faktor yang sering menjadi gangguan dalam berbisnis. Karena pemasok juga memiliki tujuannya masing-masing, tidak lain adalah mendapatkan nilai dan keuntungan yang terus meningkat. Kebanyakan Perusahaan cenderung

lebih memilih pemasok yang memiliki kualitas bagus namun memiliki tawaran yang murah dibanding pemasok lain. Tentunya ini akan meningkatkan nilai dan keuntungan Perusahaan itu saja, sehingga pemasok yang sudah menjadi kepercayaan suatu Perusahaan akan lebih leluasa dalam meminta kenaikan harga bahan. Dan itu seringkali membuat Perusahaan Kembali Menyusun strategi dalam mengembangkan produk yang ada tanpa merugikan konsumen.

#### 6. Tuntutan Sosial Terhadap Perusahaan

Biasanya tuntutan sosial yang dimaksud berupa perjanjian Kerjasama Perusahaan dengan Masyarakat sekitar. Misalnya pabrik produksi yang ada dan diharuskan mempekerjakan Sebagian besar Masyarakat sekitar menjadi pekerja pada pabrik tersebut, sehingga keadaan sosial dilingkungan Perusahaan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya hambatan. Dalam kasus seperti ini, kebanyakan Perusahaan mengalami dilematis Ketika pekerja sekitar tidak memenuhi persyaratan sesuai dengan yang diminta Perusahaan. Akan tetapi, akan menjadi konsekuensi yang dapat merugikan Perusahaan Ketika Perusahaan tidak memenuhi tuntutan sosial tersebut.

### **10.9 Contoh Etika dalam Hubungan Bisnis**

Berikut merupakan beberapa contoh yang biasanya terjadi bagi Perusahaan dalam pemenuhan Etika dalam hubungan bisnis, seperti :

1. Perusahaan ABC memulai sebuah Perusahaan produksi minyak kelapa siap pakai, namun bermasalah dengan pemasok yang awalnya sudah terdapat perjanjian Kerjasama selama beberapa tahun. Karena pemasok yang pertama mengalami gangguan dalam pasokan bahan baku, Perusahaan harus cermat dan cepat mencari Solusinya sambil memberikan pemahaman bagi pemasok pertama. Ini merupakan Langkah strategi Perusahaan yang tetap berproduksi dan tidak mengurangi etika dalam hubungan

- bisnis dengan pemasok awal.
2. Contoh berikutnya; PT. YKS mempunyai sebidang tanah dan ingin dijadikan sebagai pabrik kedua untuk memproduksi barang-barang yang hendak dijual. Dalam perjalanan Pembangunan, Masyarakat sekitar menuntut untuk diberikan lapangan pekerjaan apabila Perusahaan tersebut membangun pabrik di area pemukiman warga. Meskipun tanah tersebut milik Perusahaan PT.YKS namun ada beberapa etika dalam hubungan yang harus dijaga Perusahaan, serta pemenuhannya bagi Masyarakat sekitar. Supaya, keberlangsungan hidup pabrik kedua tersebut dapat bertahan lama, dan mencapai tujuan umum Perusahaan.
  3. Contoh selanjutnya; Perusahaan KLM telah berjalan lama dalam memproduksi makanan jadi, namun karena terjadinya perkembangan globalisasi, Perusahaan KLM tidak melakukan inovasi, sehingga permintaan konsumen menurun, dan makanan kemasan yang sudah kadaluarsa ditarik Kembali, hal ini menunjukkan bahwa Perusahaan tak mampu bersaing dalam perkembangan globalisasi. Sebaliknya jika mampu bersaing, maka Perusahaan tersebut tidak akan gulung tikar.
  4. Contoh selanjutnya, tantangan Perusahaan dalam hubungan bisnis terkait harga pasaran. Apabila Perusahaan tidak bisa menekan biaya yang keluar sehingga, biaya operasional lebih banyak dari pendapatan yang masuk, ini juga menjadi suatu kasus yang sering terjadi di semua Perusahaan besar maupun kecil.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aristoteles, 2004, *Nicomachean Ethics Sebuah “Kitab Suci” Etika*, diterjemahkan oleh Embun Kenyowati, Teraju: Jakarta Selatan.
- Bertens, K. 2007 . *Etika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Franz Magnis-Suseno, 1987, *Etika Dasar "Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral"*, Yogyakarta: Pustaka Filsafat-Kanisius
- Wijoyo, Hadion, Dkk. 2021. *Efektivitas Proses Pembelajaran Dimasa Pademi*. Sumatera Barat: CV Insan Cendekia Mandiri
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofi, normatif, dan Subtansi Implementatif’*. Yogyakarta: Ekonosia Fakultas Ekonomi.
- Simorangkir, O.P, 1986. *Etika Bisnis*, Jakarta : Yagrat
- Suwarso. 2018., “Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*. Vol. 4, No. 2.

## PROFIL PENULIS



**Anna Valensia Christianty de Fretes,S.E.,M.M**  
**Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Pattimura**

Penulis merupakan Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Maluku yang berlokasi di Kota Ambon, Provinsi Maluku, Indonesia. Penulis kemudian bekerja pada Perusahaan Swasta Nasional pada bagian Keuangan, Dimana untuk mendalami ilmu keuangan, penulis kemudian melanjutkan Studi-S2 pada Universitas Pattimura di Kota Ambon, Provinsi Maluku, Indonesia dan selesai pada tahun 2020 dalam bidang ilmu Manajemen Keuangan.

Penulis saat ini bekerja menjadi seorang ASN dengan jabatan Asisten-Ahli-Dosen pada Universitas Pattimura, Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tahun 2022 sampai saat ini. Penulis menjadi pengajar dengan konsentrasi keuangan. Penulis berharap dengan adanya Buku-buku dengan tema Etika Binsis, dapat membantu para pembaca, khususnya kalangan muda untuk lebih paham mengenai Etika dalam Hubungan bisnis serta cara penerapannya. Semoga dapat bermanfaat bagi kita semua.

## ETIKA DALAM TEKNOLOGI DAN INOVASI

*Oleh Awa, S.Sos., M.M.*

### 11.1 Konsep Etika Bisnis

Pembahasan etika dalam teknologi dan inovasi meliputi banyak istilah terkait. Istilah-istilah tersebut, seperti: etika (*ethics*), nilai-nilai (*values*), norma (*norm*), moral/moralitas (*moral/morality*), teknologi (*technology*), inovasi (*innovation*), teknologi informasi/TI (*information technology/IT*), teknologi digital (*digital technology*), era digital (*digital era*), kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*), *big data*, media sosial (*social media*), *smart phone*, robotika (*robotics*), *internet of things (IoT)*, dan aplikasi (*application*).

Secara etimologis, etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”, yang berarti adat istiadat atau kebiasaan (Keraf, 1998). “*Ethos*” dalam bentuk tunggalnya, memiliki beberapa arti, seperti: tempat tinggal yang biasa; padang rumput, kandang; kebiasaan, adat; akhlak, watak; perasaan, sikap, cara berpikir. Dalam bentuk jamak adalah “*ta etha*”, artinya adat kebiasaan, di mana arti inilah menjadi latar belakang bagi terbentuknya istilah “etika” (Bertens, 2007).

Istilah etika (*ethics*) dan moralitas (*morality*) sering dianggap sinonim. Namun, terkadang keduanya dibedakan, dalam pengertian bahwa moralitas mengacu pada seperangkat aturan, nilai, dan norma kompleks yang menentukan atau seharusnya menentukan tindakan seseorang, sedangkan etika mengacu pada teori moralitas. Dapat

juga dikatakan bahwa etika lebih berkaitan dengan prinsip-prinsip, penilaian umum dan norma-norma dibandingkan dengan penilaian dan nilai-nilai subjektif atau pribadi (Bartneck et al., 2021:17).

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk (Beekun, 2004), norma-norma perilaku yang membedakan antara perilaku mana yang dapat diterima dan mana yang tidak, atau antara apa yang benar dan apa yang salah (Trobez et al., 2017). Etika sebagai nilai-nilai yang digunakan seseorang untuk menafsirkan apakah tindakan atau perilaku tertentu dianggap dapat diterima dan pantas (Stanwick & Stanwick, 2014). Etika sebagai disiplin akademis yang berpikir secara sistematis tentang benar dan salah (Goodpaster, 1991).

Kebanyakan orang, ketika memikirkan etika, seperti etnologi, psikologi moral, atau ekonomi eksperimental, etika deskriptif berkaitan dengan deskripsi dan penjelasan sistem normatif. Misalnya, hasil eksperimen menunjukkan ciri-ciri tertentu dari intuisi moral manusia. Penelitian yang menggunakan “permainan ultimatum” menunjukkan bahwa banyak orang mempunyai intuisi tertentu tentang keadilan dan bersedia mengorbankan keuntungan demi intuisi tersebut (Güth et al., 1982).

Wawasan empiris ini menjadi dasar etika deskriptif yang pada gilirannya memberikan masukan penting bagi etika normatif. Evaluasi normatif atas tindakan tidak mungkin terjadi tanpa unsur deskriptif wawasan empiris. Dalam beberapa tahun terakhir, “etika eksperimental” bahkan telah dibentuk sebagai subdisiplin tersendiri (Lütge et al., 2014).

Bisnis adalah aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen (Griffin & Ebert, 2007). Bisnis adalah kegiatan usaha secara komersial untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan manusia dengan mengelola sumber-sumber yang tersedia dan dimiliki, sumber daya alam; sumber daya manusia (ide-ide, kreativitas, keterampilan, intelektual) ilmu; pengetahuan; teknologi dan peraturan-peraturan atau perundang-undangan yang ada (Sukirno, 2017).

Etika menjadi persoalan yang penting dalam aktivitas bisnis

saat ini, bahkan etika menjadi pusat sorotan bisnis kontemporer (Caza et al., 2004). Pada era bisnis modern, untuk menghadapi berbagai persaingan bisnis serta agar mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, dikenal dengan istilah etika bisnis (Saifullah, 2011).

Etika bisnis merupakan pengetahuan tentang metode ideal untuk mengelola perusahaan, dengan mempertimbangkan standar dan konsep moral yang berlaku umum (Muslich, 2004). Etika bisnis sebagai cara seseorang harus berperilaku ketika mereka menemukan diri mereka dalam dilema moral pada lingkungan bisnis dibandingkan dengan etika di mana perilaku yang sesuai dimaksudkan secara umum (Trobez et al., 2017).

Dalam menjalankan usaha, penerapan etika bisnis menjadi faktor yang berperan penting untuk mempertahankan kelangsungan usaha di berbagai sektor. Perusahaan yang dijalankan dengan prinsip etika bisnis akan terhindar dari berbagai hambatan berupa kasus kecurangan, pencurian, hingga penggelapan dana yang akan mempengaruhi kelangsungan bisnis (Aviatri & Nilasari (2021: 194-195). Suatu perusahaan akan berhasil bukan hanya berlandaskan moral dan manajemen yang baik saja, tetapi juga harus memiliki etika bisnis yang baik (Butarbutar, 2019: 187-189). Dengan demikian, suatu bisnis dapat berjalan tanpa merugikan pihak lainnya (Lebrine S., 2010).

Banyak dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur etika dalam bisnis. Bageac et al. (2011) mengungkapkan dimensi etika bisnis ke dalam lima dimensi, yaitu: (1) *machiavellianism*; (2) *moral objectivism*; (3) *legalism*; (4) *relativism ethical*; dan (5) *social Darwinism*.

Contoh etika bisnis, yaitu: (1) menjaga data-data privasi yang bersifat sangat dirahasiakan milik klien dan juga mitra bisnis dan pelanggannya; (2) memenuhi suatu permintaan klien dan juga mitra bisnis yang disepakati dalam perjanjian kontrak kerja; (3) harus bersikap sopan santun dan baik terhadap orang-orang yang mempunyai keterlibatan bisnis, seperti klien, karyawan, mitra bisnis, pelanggan, publik; dan (4) tetap menjaga lingkungan dan tidak

merusak alam yang berada di lingkungan sekitarnya sesuai perjanjian dan hukum yang disepakati (Kristanti, 2023: 11).

Awa (2024b:120) menyatakan penerapan etika bisnis memiliki 9 poin penting. Poin-poin tersebut, yaitu: (1) pentingnya etika dalam bisnis; (2) sangat berperannya etika dalam bisnis; (3) penerapan prinsip etika dalam bisnis; (4) etika bisnis memiliki pengaruh terhadap daya saing usaha; (5) etika bisnis berhubungan dengan keberlanjutan usaha; (6) etika bisnis diterapkan pada bisnis *online/e-commerce*; (7) etika bisnis, seperti kejujuran dan keadilan; (8) penerapan etika bisnis aspek keuangan; dan (9) etika bisnis perspektif Islam.

## 11.2 Konsep Teknologi

Dalam pembahasan teknologi dan bisnis, ada beberapa istilah relevan yang umumnya digunakan. Istilah-istilah tersebut, di antaranya: teknologi (*technology*), bisnis/usaha (*business*), teknologi dalam bisnis (*technology in business*), bisnis elektronik (*e-business*), perdagangan elektronik (*e-commerce*), teknologi digital (*digital technology*), teknologi informasi/TI (*information technology/IT*), teknologi informasi dan komunikasi/TIK (*information and communication technology/ICT*), bisnis digital (*digital business*), bisnis informasi (*information business*), kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship/digipreneurship*), kewirausahaan teknologi (*technopreneurship*), kewirausahaan informasi (*infopreneurship*), bisnis/perdagangan *online* (*online business/ commerce*), dan pemasaran digital (*digital marketing*) (Awa, 2024c:117).

Pada pertengahan abad ke-20, para sarjana ilmu sosial dan humaniora telah merefleksikan bagaimana telegraf, telepon, dan TV telah membentuk masyarakat. Dalam 30 tahun terakhir, para peneliti di berbagai disiplin ilmu, seperti penilaian teknologi, etika komputer, ilmu informasi dan perpustakaan, studi ilmu pengetahuan dan teknologi, serta studi budaya dan media telah melakukan penelitian tentang bagaimana media baru, komputer dan telepon seluler telah mengubah sebuah teknologi masyarakat berkabel menjadi masyarakat digital yang utuh.

Dalam 10 tahun terakhir telah memasuki fase baru pembentukan masyarakat digital. Ini mencoba memahami kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*), *big data*, media sosial, *smart phone*, robotika, *internet of things (IoT)*, aplikasi dan *bot*, mobil tanpa pengemudi, pembelajaran mendalam, dan *brain interface*. Teknologi digital baru kini telah melahirkan masyarakat yang sangat terhubung.

Teknologi (*technology*) termasuk segala sesuatu mulai dari perangkat fisik hingga jaringan teknologi informasi, memiliki pengaruh yang sangat transformatif terhadap dunia modern dan perekonomian. Mulai dari mengubah preferensi konsumen, hingga mengubah cara bisnis memproduksi dan memasarkan barang. Teknologi dapat dilihat bahkan dalam detail terkecil dari operasi bisnis sehari-hari, meningkatkan produktivitas pekerja dan investasi, mempercepat aktivitas ekonomi, mendorong saling ketergantungan antar industri, dan memungkinkan untuk penerapan teknologi baru secara terus-menerus serta menciptakan risiko bisnis baru.

Teknologi informasi (*information technology*) berarti *personal computer* dengan *desktop* dasar yang terdiri dari beberapa perangkat lunak inti, yaitu: (1) sistem operasi *desktop*; (2) peralatan kantor (atau produktivitas); (3) *browser*; dan (4) perangkat lunak keamanan (*security software*) (Johnson, 2010:7-8). Teknologi informasi menggambarkan teknologi apa pun yang digunakan untuk membuat, memproses, dan menyebarkan informasi yang penting bagi kinerja bisnis. Teknologi informasi penting bagi sektor bisnis sebagai alat manajemen untuk mengoptimalkan pemrosesan informasi untuk menghasilkan barang dan jasa yang menghasilkan keuntungan. Tidak peduli seberapa besar perusahaan, teknologi memiliki manfaat nyata dan tidak nyata yang akan membantu menghasilkan uang dan memberikan hasil yang diinginkan pelanggan. Infrastruktur teknologi mempengaruhi budaya, efisiensi dan hubungan bisnis. Hal ini juga mempengaruhi keamanan informasi rahasia dan keuntungan perdagangan (Nikoloski, 2014:303).

Teknologi telah menciptakan ledakan di banyak industri. Pasar baru telah terbuka untuk produk-produk, seperti printer, mesin faks,

video game, dan telepon seluler. Produk-produk baru terus diciptakan, dikembangkan, dan diproduksi. Inovasi berarti lebih banyak lapangan kerja dan lebih banyak orang mempelajari keterampilan baru. Teknologi memungkinkan manusia bekerja lebih mudah dan cepat (Brown & Clow, 2008).

### **11.3 Konsep Inovasi**

Inovasi (*innovation*) adalah setiap ide, praktik, atau artefak material yang dianggap baru oleh unit adopsi yang relevan (Zaltman et al., 1973). Inovasi sebagai proses penggunaan ide baru yang memecahkan masalah. Inovasi adalah pembangkitan, penerimaan, dan implementasi ide, proses, produk, atau layanan baru (Kanter, 1983).

Inovasi yaitu konfigurasi ulang elemen-elemen menjadi kombinasi yang lebih produktif, memiliki makna yang lebih luas dalam masyarakat yang semakin berbasis pengetahuan. Selain pengembangan produk baru di perusahaan, inovasi juga mencakup penciptaan pengaturan organisasi yang meningkatkan proses inovasi. Hanya sekelompok kecil spesialis di industri dan akademisi yang tertarik pada inovasi ketika terbatas pada analisis peningkatan produk (Etzkowitz, 2008).

Awa (2023:21) menyatakan konsep inovasi, yaitu: (1) inovasi adalah pengenalan dan penerapan yang disengaja dalam suatu peran, kelompok atau organisasi ide; (2) konfigurasi ulang elemen-elemen menjadi kombinasi yang lebih produktif; (3) komersialisasi awal penemuan dengan menghasilkan dan menjual suatu produk, jasa, atau proses baru; (4) pengenalan produk, proses, atau layanan baru ke pasar; (5) lakukan: inovasi yang bertujuan dan sistematis, bersifat konseptual dan perseptual, harus sederhana dan fokus, dimulai dari hal kecil, bertujuan pada kepemimpinan; (6) indikator inovasi produk: produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali, pengurangan biaya; dan (7) jenis-jenis inovasi: inovasi produk, inovasi marketing, inovasi proses, inovasi teknikal, dan inovasi administrasi. Lebih lanjut, Awa (2024a)



menyatakan konsep inovasi, yaitu: (1) inovasi sebagai proses penggunaan ide baru yang memecahkan masalah; (2) pendekatan mencari pemahaman tentang inovasi, misalnya dalam hal tingkat kebaruan, jenis-jenis inovasi, bentuk-bentuk inovasi; dan (3) inovasi menekankan implementasi ide.

Awa & Palahudin (2023:210) mengidentifikasi inovasi yang membedakannya dengan kreativitas. Terdapat 14 hal mengenai inovasi, yaitu: (1) tindakan manusia yang terjadi dalam kerangka kemajuan sejarah terkini; (2) dihasilkan dari ide-ide kreatif; (3) bersumber dari kreativitas; (4) terkait dengan tingkat organisasi; (5) berfokus pada kelayakan praktis suatu ide, proses, atau konsep; (6) komersialisasi penemuan, yaitu mewujudkan ide kreatif menjadi tindakan; (7) menekankan implementasi gagasan; (8) langkah setelah kreativitas; (9) implementasi; (10) produk; (11) berkembang; (12) kegunaan; (13) keras; dan (14) inovasi tidak dapat dilakukan tanpa kreativitas.

Penggunaan teknologi digital (*digital technology*) dan digitalisasi dalam inovasi merupakan hal penting dalam inovasi model bisnis digital dan kecenderungan inovasi bisnis yang disruptif pada dekade ini (2010-an), dan kemungkinan juga pada dekade-dekade mendatang. Akibatnya, Nambisan et al. (2017:224) mengkonseptualisasikan inovasi digital sebagai penciptaan (dan perubahan yang diakibatkannya) penawaran pasar, proses bisnis, atau model yang dihasilkan dari penggunaan teknologi digital.

Oleh karena itu, manajemen inovasi digital mengacu pada praktik, proses, dan prinsip yang mendasari orkestrasi inovasi digital yang efektif. Digitalisasi berdampak pada keseluruhan ekosistem, model bisnisnya, dan fungsi bisnis yang mendasari rantai nilai perusahaan. Dengan mendigitalkan fungsi-fungsi bisnis, data dapat disediakan untuk meningkatkan dan mengembangkan masing-masing fungsi tersebut, dan juga seluruh rantai nilai.

#### **11.4 Etika dalam Teknologi dan Inovasi**

Secara umum, banyak teknologi cerdas atau kecerdasan yang dianggap sebagai pendorong utama inovasi (Makridakis, 2017). Juga

merupakan sumber pengetahuan penting untuk inovasi (Fischer & Fröhlich, 2013).

Dalam hal etika, Turban et al. (2015:438-439) menyatakan beberapa tantangan etika dan sosial terberat saat ini bahkan belum ada pada awal dekade ini. Teknologi manajemen sosial, seluler, *cloud*, dan informasi terkini merupakan kekuatan yang sangat kuat. Meskipun dunia usaha, pemerintah, dan pengguna mendapatkan banyak manfaat dari penggunaannya, namun dampaknya mungkin saja merugikan, belum semuanya terlihat jelas.

Siapkah menghadapi tantangan etika dan tanggung jawab perusahaan secara efektif yang diciptakan oleh teknologi sosial, seluler, *big data*, dan analitik dalam bisnis? Penelitian yang bersifat anekdotal menunjukkan bahwa individu seringkali tidak menyadari ketika ada masalah etika. Jika masyarakat tidak dapat mengenali mereka, maka sulit membayangkan bagaimana mereka dapat bertindak secara bertanggung jawab.

Penting sekali menyadari akan risiko etis, tanggung jawab hukum, hal-hal yang dikorbankan, dan kontroversi yang tidak dapat diselesaikan. Isu-isu ini berkaitan dengan konteks hak-hak sipil, undang-undang ketenagakerjaan, dan peraturan-peraturan.

Sollie (2009:141) menyatakan tipologi ketidakpastian menghasilkan serangkaian pertanyaan berkaitan dengan pengumpulan informasi tentang objek penilaian (yaitu teknologi yang kompleks dan perkembangannya) dan kerangka penilaian (yaitu teori etika dan tujuan praktisnya, sebagai pedoman penilaian perkembangan teknologi). Terlebih lagi, ketidakpastian seputar perkembangan teknologi berdampak pada penilaian teknologi yang etis. Segala upaya untuk memberikan penjelasan mengenai etika teknologi mungkin tampak menakutkan mengingat fakta ketidakpastiannya, karena ketidakpastian mengakibatkan kurangnya informasi untuk memandu pengambilan keputusan moral kita. Untuk menghadapi ketidakpastian secara sah, ia mengklaim bahwa setiap etika teknologi yang memadai perlu mempertimbangkan substansi dan prosedur.

Inovasi dengan demikian dapat mengambil bentuk solusi

desain (rekayasa) terhadap situasi moral yang berlebihan (van den Hoven et al., 2012). Seseorang terbebani secara moral ketika ia dibebani oleh kewajiban-kewajiban yang saling bertentangan atau nilai-nilai yang bertentangan, yang tidak dapat diwujudkan pada saat yang bersamaan. Namun, konflik privasi dan keamanan nasional tampaknya dapat diselesaikan melalui desain dan inovasi dalam bentuk teknologi yang meningkatkan privasi. Konflik antara pertumbuhan ekonomi dan kemampuan keberlanjutan diselesaikan dengan teknologi keberlanjutan. Beberapa orang menganggap solusi ini hanya sekedar “perbaikan teknis” dan tidak menafsirkannya sebagai solusi sejati terhadap masalah moral. Owen et al. (2013) menyatakan dengan asumsi bahwa perusahaan teknologi besar tidak berharap sebelumnya akan melanggar etika masyarakat, hal ini tampak seperti contoh inovasi yang dihentikan karena kegagalan menangani pertimbangan moral yang relevan.

Ada serangkaian fitur desain terperinci yang dapat dipertimbangkan dan dapat disajikan sebagai pilihan bagi konsumen. Meteran pintar (*smart meter*) tidak diberikan secara cuma-cuma, melainkan tergantung pada apa yang kita rancang dan wujudkan. Rasa hormat terhadap privasi dapat dibangun (Garcia & Jacobs, 2010). Ada beberapa keberatan terhadap saran ini. Pertama, adalah moralisme, kedua, adalah relativisme. Apakah nilai-nilai harus tertanam di dalamnya dan jika ya, nilai-nilai manakah yang harus ‘dibangun di dalamnya’ dan dengan pembenaran yang mana? Tampaknya ada begitu banyak variasi nilai. Chaturvedi et al. (2015) menyatakan etika global dalam ilmu pengetahuan dan teknologi adalah sebuah proyek yang berupaya berkontribusi terhadap penilaian dan proses tersebut dengan mengembangkan kerangka kerja yang memfasilitasi dialog dan dengan meningkatkan praktik yang mempertemukan pembuat kebijakan dan *stakeholder*.

*Mainstream* etika dalam pembuatan kebijakan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan tantangan besar yang perlu ditangani secara fleksibel. Mengingat konteks yang beragam, dan pengaruh berbagai wacana dalam pembuatan kebijakan serta nilai-nilai normatif yang tertanam di dalamnya, tidak mungkin untuk

menyarankan pendekatan atau solusi yang bisa diterapkan untuk semua orang berdasarkan hal tersebut. Wacana inovasi mengenai ilmu pengetahuan dan teknologi untuk pembangunan terdapat mekanisme kelembagaan untuk mempertimbangkan pandangan *stakeholder* dan memperkenalkan nilai-nilai etika ke dalam praktik penilaian teknologi. *Mainstream* dapat dicapai dengan berbagai cara, dan hasilnya tidak harus menyatu, namun dapat menghasilkan perbedaan yang relevan dan sesuai dengan konteks nasional tertentu.

Jogiyanto (2008) menyatakan perkembangan teknologi yang ada seakan merenggut pandangan masyarakat dengan sekitar. Kepekaan masyarakat menjadi menurun dengan lingkungan sosial. Etika seperti sikap ramah dan bersapa menjadi hal yang cukup sulit ditemukan saat ini. Teknologi telah mengambil alih batasan di antara satu dengan yang lain, sehingga etika menjadi hal terbelakang.

Mason (1986) menyatakan pada dasarnya masyarakat memiliki empat hak dasar yang berkenaan dengan etika penggunaan komputer rancangan Richard yang dikenal dengan akronim PAPA, yaitu: *privacy* (privasi), *accuracy* (akurasi), *property* (kepemilikan), dan *accessibility* (akses). Efendi et al. (2023) menyatakan terdapat beberapa etika dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, antara lain: menggunakannya tidak menimbulkan kerugian, tidak merugikan orang lain, tidak menggunakan perangkat lunak berbahaya, tidak mempromosikan pornografi, terorisme atau akses tidak sah, dan tidak menyebabkan kerusakan kekayaan intelektual.

Banyak negara maju sudah memiliki undang-undang tertentu yang berkaitan dengan komputer. Hal negatif yang dapat ditimbulkan tidak hanya terkait dengan masalah akses gratis ke data pribadi, tetapi juga kejahatan komputer (Al Barghuthi & Said, 2014) dan paten perangkat lunak (Duda & Peters, 2014).

### **11.5 Penerapan Etika dalam Teknologi dan Inovasi**

Penerapan etika dalam teknologi dan inovasi dapat dijelaskan berikut.

## 1. Etika untuk era digital

Teknologi digital menentukan cara kita berinteraksi satu sama lain, apa yang akhirnya kita lihat, dan apa yang akhirnya kita pikirkan. Gelembung filter yang dijelaskan oleh Pariser (2011) dan Epstein & Robertson (2015) deskripsi efek manipulasi mesin pencari (*search engine*) memberikan contoh. Oleh karena itu, teknologi yang digunakan tidaklah netral, karena desainnya didasarkan pada pandangan dunia dan nilai-nilai pembuatnya.

Begitu ide, nilai, dan asumsi mereka tertanam atau diungkapkan dalam artefak digital, mereka mulai mempengaruhi pilihan, perilaku, dan pemikiran pengguna. Teknologi digital, tablet, laptop, dan *smart phone* dengan perangkat lunak, aplikasi, *user interface*, dan pengaturan *default*-nya membentuk 'arsitektur pilihan' kita (Thaler & Sunstein, 2008) dan 'pikiran luas' kita (Clark & Chalmers, 1998). Dilema dan permasalahan etika yang dihadapi merupakan fungsi dari program yang sedang berjalan.

Oleh karena itu, pemikiran terkini tentang etika teknologi informasi dan ilmu komputer berfokus pada bagaimana mengembangkan metodologi dan kerangka kerja pragmatis yang membantu kita menjadikan nilai-nilai moral dan etika sebagai bagian integral dari proses penelitian dan pengembangan serta inovasi pada tahap di mana nilai-nilai tersebut masih dapat membuat perbedaan. Pendekatan-pendekatan ini berupaya memperluas kriteria penilaian kualitas teknologi informasi dengan memasukkan serangkaian nilai-nilai moral dan kemanusiaan serta pertimbangan etis. Nilai moral dan pertimbangan moral dimaknai sebagai persyaratan desain. Ketertarikan terhadap desain etis teknologi informasi muncul pada saat kita berada di persimpangan dua perkembangan, yaitu “perubahan nilai dalam desain teknik” dan “perubahan desain dalam pemikiran tentang nilai”.

van den Hoven (2017:65) menyatakan bahwa teknologi informasi tidak hanya menyebar di antara orang-orang, tetapi juga masuk ke dalam pikiran kita, seringkali secara harfiah. Cara standar mengawasi teknologi melalui penilaian teknologi informasi, kebijakan dan peraturan teknologi, hukum lunak, kode etik untuk profesional

teknologi informasi, dewan peninjau etika (*ethical review boards/ERB*) untuk penelitian ilmu komputer, standar dan model kematangan perangkat lunak serta kombinasinya, tidak lagi cukup untuk membawa kita menuju masa depan digital yang bertanggung jawab.

Upaya kita untuk membentuk teknologi seringkali terlambat dan lambat (misalnya melalui undang-undang yang berlaku) atau terlalu sedikit atau terlalu lemah (misalnya kode etik). Bidang privasi dan perlindungan data adalah contoh keduanya. Pengacara perlindungan data terus-menerus berusaha mengikuti perkembangan terkini dalam analisis data besar, *internet of things (IoT)*, pembelajaran mendalam, serta teknologi sensor dan *cloud*. Pada hari tertentu, kita seringkali mendapati diri kita mencoba mengatur teknologi masa depan dengan rezim hukum masa lalu.

Jika diberi pilihan, kami akan lebih memilih situasi di mana hanya teknologi digital yang dapat diterima secara sosial dan dapat diterima secara moral. Kami lebih memilih situasi di mana teknologi yang dianggap tidak dapat diterima secara moral, juga tidak diterima secara sosial dan mendapatkan popularitas justru karena alasan tersebut. Untuk mewujudkan situasi ideal ini, akan sangat membantu jika produk dan layanan digital, sistem dan perangkat lunak, dapat dibuat dengan menggunakan indeks penerimaan moral dan dapat dibuat sedemikian rupa. Hal ini mengirimkan pesan sinyal yang jujur kepada pengguna tentang kualitas moral dan nilai-nilai yang telah digunakan. Untuk mencapai tingkat akuntabilitas dan transparansi ini, etika teknologi informasi di abad ke-21 harus dikembangkan sesuai dengan garis desain yang digambarkan di sini.

Hartono (2020) menyatakan pelanggaran dalam dunia maya, karena ketika berada dalam ruang digital, tak jarang sering lupa atau sedikit abai terhadap etika. Etika harus terus diterapkan baik dalam dunia nyata maupun dunia digital. Safitri & Dewi (2021) menyatakan etika tetap diperlukan dalam interaksi di ruang digital yang mengatur sistem legal dan moral bagaimana hal tersebut mempengaruhi individu maupun masyarakat.

Ismanto et al. (2022:43) melakukan sosialisasi membangun

kesadaran moral dan etika dalam berinteraksi di era digital. Semua peserta sangat antusias dalam mengikuti acara sampai selesai dan merasakan manfaat. Selain itu, dapat memahami dengan baik etika dan moral yang perlu dijaga dalam berinteraksi di dunia maya, dan keharusan berperilaku sesuai normal di dunia digital.

## **2. Etika di media sosial**

Media sosial (*social media*) menciptakan tantangan etika yang melampaui tantangan etika media tradisional, yang menempatkan editor profesional sebagai pengambil keputusan utama (Kieran, 2002) dan berkaitan dengan tugas jurnalis sebelum, selama, dan setelah publikasi (Duffy & Knight, 2019). Media sosial memungkinkan individu untuk menjadi penerbit bagi dirinya sendiri, dan hal ini menciptakan dilema etika yang baru dan asing bagi para praktisi di lapangan.

Kvalnes (2020:5) mengidentifikasi dan mengatasi dilema tersebut secara sistematis dengan ambisi ganda untuk berkontribusi pada penelitian etika organisasi dan menawarkan kerangka konseptual. Hal ini untuk meredakan ketegangan etika yang dialami praktisi melalui kategorisasi dan melalui kerangka analisis etis pengguna: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Snapchat, dan *platform* media sosial lainnya adalah humas mereka sendiri.

Mereka tidak bergantung pada dukungan editor atau jurnalis untuk mempublikasikan konten mereka. Etika media tradisional gagal mengatasi berbagai permasalahan etika yang muncul dalam kondisi komunikasi yang berubah secara radikal ini. Pengguna media sosial dapat memainkan berbagai peran dan melakukan berbagai tujuan yang jauh melampaui peran sebagai editor atau jurnalis. Mereka juga mungkin mempunyai alasan kuat untuk mengkhawatirkan kejujuran, kepentingan publik, dan keandalan informasi. Namun, ruang lingkup tindakan mereka lebih luas dan tidak dibatasi oleh norma, tugas, dan harapan profesional.

Sensasi penggunaan media sosial mencakup pertukaran ide yang cepat dan postingan konten yang impulsif. Namun, tempo yang cepat ini juga menimbulkan masalah etika. Contoh pembuka dari

perusahaan konstruksi menggambarkan bagaimana penggunaan media sosial yang ceroboh dan cepat menciptakan dilema bagi para pengambil keputusan. Dua kesalahan telah terjadi. Pertama, pelanggaran kesehatan, keselamatan, dan lingkungan (*health, safety, and environment/HSE*) yang dilakukan karyawan karena bekerja di lingkungan tidak aman tanpa helm. Kedua, mempublikasikan foto yang mendokumentasikan kesalahan tersebut di Facebook. Kini orang yang bertanggung jawab atas akun media sosial perusahaan harus menentukan cara menghadapi situasi tersebut.

Rahmawati et al. (2023:1) menyatakan etika bukan hanya tentang mengambil tanggung jawab. Jika tidak berhati-hati dan etis dalam aktivitas di media sosial, maka akan menderita konsekuensi dan melanggar hukum. Etika dalam dunia digital dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, antara lain etika penggunaan pribadi, etika bisnis, etika politik, dan lain-lain.

### **3. Etika dalam AI dan robotika**

Pada awal tahun 2019, berbagai makalah kebijakan (Agrawal et al., 2019) dan studi pemasaran dari perusahaan konsultan telah diterbitkan. Banyak dari hal ini menunjukkan potensi inovasi dan manfaat ekonomi dari kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) (Li et al., 2017). Pemerintah di seluruh dunia telah merespons peningkatan besar-besaran dalam penerapan AI, dan juga terhadap semakin banyaknya prediksi mengenai penerapan AI di masa depan dan manfaatnya bagi masyarakat.

Ford (2015) mempelajari potensi dampak AI dan robotika pada pekerjaan (manusia). Ia memperkirakan hilangnya lapangan kerja secara besar-besaran di banyak sektor yang sudah lama kebal terhadap otomatisasi. Argumennya di sini adalah bahwa teknologi AI baru kini mampu menggantikan lebih banyak pekerjaan yang selama ini memerlukan kecerdasan manusia.

Dalam beberapa kasus, publikasi-publikasi AI menggambarkan masa depan kita di mana penguasa AI mengancam umat manusia. Sementara publikasi-publikasi lainnya memberikan prediksi yang lebih hati-hati tentang hilangnya privasi dan otonomi kita (Bartlett,



2018).

Pertanyaan tentang apa yang harus dianggap benar dan salah dalam pengembangan dan penerapan AI dan robotika merupakan inti dari banyak makalah kebijakan yang diterbitkan. Misalnya, Komisi Eropa (*European Commission/EC*) kini meminta penyertaan etika dalam pengembangan dan penggunaan teknologi baru dalam program dan kursus serta pengembangan pedoman etika untuk penggunaan dan pengembangan AI dengan menghormati hak-hak dasar secara penuh. Rencana Komisi Eropa bertujuan untuk menetapkan standar etika global untuk menjadi pemimpin dunia dalam AI yang beretika dan tepercaya. Apa pun pendapat kita tentang aspirasi ini, memang benar bahwa terdapat kekurangan pedoman dan aturan yang praktis dan disepakati mengenai sistem yang jauh lebih otonom dalam perhitungan, tindakan, dan reaksinya dibandingkan dengan apa yang biasa kita lakukan di masa lalu. Sistem otonom seperti itu, atau lebih khusus lagi sistem otonom cerdas—bertindak, mereka melakukan sesuatu.

Etika menjadi penting dalam berbagai lapisan diskusi kebijakan. Ini adalah topik bagi para perancang sistem, termasuk yang belajar membangun sistem AI. Hal ini juga menjadi topik bagi masyarakat untuk menilai dampak teknologi AI terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat. Hal ini menjadi pertanyaan kunci bagi para pembuat kebijakan dalam diskusi mengenai AI dan teknologi robotik. Perlu dicatat bahwa aspek etika tidak hanya dibahas dalam persoalan regulasi. Hal yang lebih penting, pertanyaan etis mendasari desain AI dan sistem robotik, mulai dari pendefinisian aplikasi hingga detail implementasinya. Oleh karena itu, etika dalam AI jauh lebih luas dan menyangkut pilihan desain yang sangat mendasar serta pertimbangan tentang masyarakat mana yang ingin kita tinggali.

#### **4. Etika keamanan siber**

Istilah keamanan siber (*cybersecurity*) secara eksplisit menyampaikan tujuan etis utamanya, yaitu menciptakan keadaan bebas dari bahaya atau ancaman di dunia maya. Sebagai nilai instrumental, keamanan juga bisa menjadi tidak etis, ketika tujuan

yang dilindungi atau cara yang digunakan untuk membangun keamanan tidak etis. Hal yang sama juga berlaku untuk keamanan siber.

Keamanan siber, yang dipahami secara luas, biasanya dianggap sebagai keseluruhan teknologi dan kebijakan untuk melindungi infrastruktur siber. Terdapat tiga kelas utama teknologi untuk keamanan siber, yaitu: teknologi yang menjamin kerahasiaan informasi (termasuk otentikasi penerima komunikasi yang dituju); teknologi yang mendeteksi dan melawan ancaman dan kerentanan *online*; dan teknologi yang mendeteksi dan melawan kejahatan dunia maya, seperti pemalsuan, penipuan, pornografi anak, dan pelanggaran hak cipta yang dilakukan di dunia maya. Di setiap domain aplikasi tersebut, muncul masalah etika yang berbeda (Hildebrandt, 2013).

Operasi keamanan siber melibatkan komponen penelitian, misalnya tindakan inspeksi dan pengumpulan intelijen, seperti yang dilakukan oleh tim tanggap darurat komputer, jika terdapat interaksi langsung dengan manusia atau jika terdapat data manusia (Johnson et al., 2011). Keamanan siber subdisiplin ilmu komputer yang berkaitan dengan memastikan kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan sistem teknologi informasi secara bersamaan terhadap serangan sejumlah musuh, bisa dikatakan dapat menghasilkan pengetahuan umum dalam bentuk tertentu (Spring & Illari, 2019).

Loi & Christen (2020:73) menyajikan beberapa kerangka etika yang berguna untuk menganalisis pertanyaan etika keamanan siber. Hal ini dimulai dengan dua kerangka kerja yang penting dalam praktiknya, yaitu kerangka prinsip mengenai penelitian keamanan siber dan prinsip berbasis hak yang berpengaruh dalam hukum. Ada pendapat bahwa karena dampak buruk dan manfaat yang ditimbulkan oleh operasi dan kebijakan keamanan siber bersifat probabilistik, kedua pendekatan tersebut tidak dapat menghindari risiko dan probabilitas. Mengenai etika risiko, menunjukkan bahwa etika merupakan pelengkap yang diperlukan untuk pendekatan tersebut.

Hastriana (2017) menyatakan dalam penggunaan teknologi

informasi tetap memperhatikan etika dan hukum yang berlaku, karena sistem informasi ini didasarkan pada nilai-nilai moral dan etika dari para manajer, spesialis informasi dan pemakai serta hukum. Dampak teknologi informasi juga tidak dapat dihindari, baik pada mutu hidup di dalam maupun di luar organisasi, serta munculnya permasalahan-permasalahan etika. Hal ini dapat diminimalisir dengan pendekatan hukum, *security* teknologi, dan sosial budaya-etika.

## **5. Etika teknologi informasi pada masyarakat**

Etika ilmiah yang paling populer di bidang teknologi informasi adalah etika komputer. Etika komputer adalah analisis sifat dan dampak sosial dari teknologi komputer, serta pengembangan dan pembenaran kebijakan yang relevan mengenai penggunaan teknologi informasi secara etis. Etika komputer memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena masalah: *privacy*, *accuracy*, *property*, dan *access* yang sangat kompleks (Utama et al., 2021:630).

Teknologi informasi pada masyarakat, dua dekade terakhir telah terjadi peningkatan besar dalam penelitian yang bertujuan merancang teknologi baru untuk meningkatkan jumlah orang lanjut usia. Seiring berkembangnya bidang ini, cakupan isu-isu terkait usia yang menjadi sasaran pun semakin beragam. Terdapat pergeseran dari penelitian yang berfokus terutama pada desain teknologi bantu yang mengkompensasi penurunan fungsi, ke agenda yang diperluas yang mengeksplorasi pengaruh teknologi. Dalam hal ini teknologi dapat mendukung bentuk-bentuk sosialitas baru, keterlibatan masyarakat, dan memanfaatkan keterampilan dan keahlian yang dimiliki oleh orang lanjut usia berkontribusi pada masyarakat (Light et al., 2009).

Penelitian teknologi dengan orang lanjut usia menimbulkan sejumlah tantangan etika, baik dari segi etika penelitian dan perspektif filsafat moral yang lebih luas (Munteanu et al., 2015). Ketika peneliti interaksi manusia-komputer semakin banyak melakukan penelitian di luar lingkungan penelitian laboratorium yang terkontrol. Selain itu, dengan kelompok pengguna yang rentan, salah

satu tantangannya adalah dilema etika baru. Hal ini berupa kepanikan moral (Cohen, 1972). Waycott & Vines (2019:173) merefleksikan pengalaman merancang dan mengevaluasi teknologi baru dengan orang lanjut usia. Mereka menggambarkan pertemuan dari dua proyek yang mendorong untuk mempertimbangkan kembali penelitian dalam dua cara. Pertama, menyoroti ketegangan etika. Kedua, mencatat bagaimana berkolaborasi dengan orang dewasa yang lebih tua membawa banyak peluang etis.

Permasalahan yang sering muncul tentang etika dalam teknologi informasi, seperti: kesehatan, *privacy*, intelektual, *property rights security*, *accuracy*, dan lain-lain. Hal ini sebelumnya juga pernah disebutkan oleh pendiri majalah *Journal of Information Ethics* pada 1992, Hauptmann yang membahas kerahasiaan, keandaian, kualitas dan penggunaan informasi (Froehlich, 1997).

Akibat maraknya penyalahgunaan teknologi informasi dan komunikasi, penggunaan teknologi informasi secara tidak langsung mengubah nilai moral masyarakat (Budiman, 2017). Internet dan media informasi lainnya sekarang sering disalahgunakan. Banyaknya *cybercrime*, berita *hoax*, berbagai pembajakan dan kasus lainnya adalah hal-hal yang pernah terjadi (Nallaperumal, 2018). Hal ini sering terjadi karena tidak adanya hukum etik yang tegas mengenai penggunaan teknologi informasi (Ginting, 2008).

Bimantoro et al. (2021:58) menyatakan etika masyarakat saat ini jauh berbeda dengan masyarakat dahulu di mana seharusnya perkembangan teknologi membawa perubahan yang baik untuk lingkungan. Pemanfaatan teknologi yang tidak diikuti etika yang baik melahirkan permasalahan sosial yang menimbulkan dampak negatif. Perubahan yang terjadi ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi mereka yang membutuhkan lapangan pekerjaan dan juga menciptakan lapangan kerja baru. Etika masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi diperlukan pembelajaran yang baik karena pada era 5.0 cara berfikir masyarakat harus dibiasakan untuk kritis, analisis, dan kreatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, Ajay; Gans, Joshua; & Goldfarb, Avi. 2019. Economic Policy for Artificial Intelligence. *Innovation Policy and the Economy*, 19, 139-159.
- Al Barghuthi, Nedaa Baker & Said, Huwida. 2014. Ethics Behind Cyber Warfare: A Study of Arab Citizens Awareness. *2014 IEEE International Symposium on Ethics in Science, Technology and Engineering*, 1-7.
- Aviatri, Pratantia & Nilasari, Ayunda Putri. 2021. Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accountthink: Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 194-205.
- Awa. (2023). Pentingnya Kreativitas dan Inovasi dalam Dunia Usaha. In Hartini (Ed.), *Kewirausahaan (Kreativitas & Inovasi Disruptif)* (pp. 17-34). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Awa. (2024a). Kreativitas dan Inovasi SDM. In H. F. Ningrum (Ed.), *Manajemen Sumber Daya Manusia (Pendekatan Profesional)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Awa. (2024b). Penerapan Etika Bisnis dalam UMKM. In Hartini (Ed.), *Etika Bisnis (Teori dan Implementasinya dalam Perusahaan)* (pp. 109-126). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Awa. (2024c). Teknologi dalam Bisnis. In P. T. Cahyono (Ed.), *Manajemen Bisnis* (pp. 117-155). Batam: Rey Media Grafika.
- Awa & Palahudin. (2023). Explore The Importance of Creativity and Innovation in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Jurnal Visionida*, 9(2), 199-217.
- Bageac, Daniel; Furrer, Olivier; & Reynaud, Emmanuelle. 2011. Management Students' Attitudes toward Business Ethics: A Comparison Between France and Romania. *Journal of Business Ethics*, 98(3), 391-406.

- Bartlett, Jamie. 2018. *The People vs Tech*. New York: Penguin Random House. <http://www.worldcat.org/oclc/1077483710>.
- Bartneck, Christoph; Lütge, Christoph; Wagner, Alan; & Welsh, Sean. 2021. *An Introduction to Ethics in Robotics and AI*. Cham: Springer Nature.
- Beekun, Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami*. (Muhammad, Trans). Kamdani (Ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bertens, K. 2007. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bimantoro, Arya; Pramesti, Wanda Alifiyah; Bakti, Satria Wira; Samudra, M. Aryo; & Amrozi, Yusuf. 2021. Paradoks Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi di Era 5.0. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(1), 58-68.
- Brown, Betty Jean & Clow, John E. 2008. *Glencoe Introduction to Business*. New York: Glencoe/McGraw-Hill.
- Budiman, Haris. 2017. Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 31-43.
- Butarbutar, Bosman. 2019. Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 1(2), 187-195.
- Caza, Arran; Barker, Brianna A.; & Cameron, Kim S. 2004. Ethics and Ethos: The Buffering and Amplifying Effects of Ethical Behavior and Virtuousness. *Journal of Business Ethics*, 52(2), 169-178.
- Chaturvedi, Sachin; Zhao, Yandong; Yadikas, Miltos; & Stemerding, Dirk. 2015. Conclusions: Incorporating Ethics into Science and Technology Policy. In M. Ladikas et al. (Eds.), *Science and Technology Governance and Ethics: A Global Perspective from Europe, India and China* (pp. 165-173). Cham: Springer International Publishing.
- Clark, Andy & Chalmers, David J. 1998. The Extended Mind. *Analysis*, 58(1), 7-19.
- Cohen, Stanley. 1972. *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of*

- The Mods and Rockers*. London: MacGibbon and Kee.
- Duda, Sarah J. & Peters, Vickie. 2014. Thou Shalt Not... A Look at The Ethics of Copying Software Code. *2014 IEEE International Symposium on Ethics in Science, Technology and Engineering*, 1-5.
- Duffy, Andrew & Knight, Megan. 2019. Don't Be Stupid: The Role of Social Media Policies in Journalistic Boundary-Setting. *Journalism Studies*, 20(7), 932-951.
- Efendi, Erwan; Jasmine, Afifa Syahira; Nasution, Indah Mukhrezi; Arkam, Naufal Dzakwani; Artika, Sindi; & Sabila, Umaira. 2023. Etika dan Manfaat Teknologi dalam Penyebaran Informasi. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(5), 10298-10309.
- Epstein, Robert & Robertson, Ronald E. 2015. The Search Engine Manipulation Effect (SEME) and Its Possible Impact on The Outcomes of Elections. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 112(33), E4512-E4521.
- Etzkowitz, Henry. (2008). *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. New York: Routledge.
- Fischer, Manfred M. & Fröhlich, Josef. 2013. *Knowledge, Complexity and Innovation Systems*. Secaucus, NJ: Springer Science & Business Media.
- Ford, Martin. 2015. *Rise of The Robots: Technology and The Threat of A Jobless Future*. New York: Basic Books.
- Froehlich, Thomas J. 1997. Ethical Considerations of Information Professionals. *Annual Review of Information Science and Technology (ARIST)*, 27, 291-324.
- Garcia, Flavio D. & Jacobs, Bart. 2010. Privacy-Friendly Energy-Metering via Homomorphic Encryption. *Security and Trust Management, Lecture Notes in Computer Science*, 6710, 226-

238.

- Ginting, Philemon. 2008. *Kebijakan Penanggulangan Tindak Pidana Teknologi Informasi Melalui Hukum Pidana*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goodpaster, Kenneth E. 1991. Business Ethics and Stakeholder Analysis. *Business Ethics Quarterly*, 1(1), 53-73.
- Griffin, Ricky W. & Ebert, Ronald J. 2007. *Bisnis* (ed. 8). (E. C. Tarmidzi, Trans). Jakarta: Erlangga.
- Güth, Werner; Schmittberger, Rolf; & Schwarze, Bernd. 1982. An Experimental Analysis of Ultima Tum Bargaining. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 3(4), 367-388.
- Hartono, Dwi. 2020. Fenomena Kesadaran Bela Negara di Era Digital dalam Perspektif Ketahanan Nasional. *Jurnal Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 8(1), 14-33.
- Hastriana, Umniyatis Sholihah. 2017. Etika dan Hukum Pelaksanaan Sistem Informasi Manajemen serta Dampaknya terhadap Masalah Sosial dan Budaya Organisasi. *Sinteks: Jurnal Teknik*, 6(1), 9-19.
- Hildebrandt, Mireille. 2013. Balance or Trade-off? Online Security Technologies and Fundamental Rights. *Philosophy and Technology*, 26(4), 357-379.
- Ismanto, Budi; Yusuf; & Suherman, Asep. 2022. Membangun Kesadaran Moral dan Etika dalam Berinteraksi di Era Digital pada Remaja Karang Taruna RW 07 Rempoa, Ciputat Timur. *Jammu: Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 1(1), 43-48.
- Jogiyanto, Hartono Mustakini. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Johnson, Earvin. 2010. *Business Technology Simplified*. Washington, DC: Microsoft Corporation, Small Business Administration (SBA).
- Johnson, Maritza L., Bellovin, Steven M., & Keromytis, Angelos D.



2011. Computer Security Research with Human Subjects: Risks, Benefits and Informed Consent. *International Conference on Financial Cryptography and Data Security*, Springer, Berlin, 131-137.
- Kanter, Rosabeth Moss. 1983. *The Change Masters: Innovations for Productivity in the American Corporation*. New York: Simon and Schuster.
- Keraf, A. Sonny. 1998. *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya* (ed. baru). Yogyakarta: Kanisius.
- Kieran, Matthew. 2002. *Media Ethics*. London: Routledge.
- Kristanti, Desi. 2023. Konsep Dasar Etika Bisnis. In D. E. Putri & R. M. Sahara (Eds.), *Etika Bisnis* (pp. 1-12). Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kvalnes, Øyvind. 2020. *Digital Dilemmas: Exploring Social Media Ethics in Organizations*. London: Palgrave Macmillan.
- Lebrine S., Elfina. 2010. Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kejahatan Korporasi dalam Lingkup Kejahatan Bisnis. *JMK: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 12(1), 56-65.
- Li, Bo-hu; Hou, Bao-cun; Yu, Wen-tao; Lu, Xiao-bing; & Yang, Chun-wei. 2017. Applications of Artificial Intelligence in Intelligent Manufacturing: A Review. *Frontiers of Information Technology & Electronic Engineering*, 18(1), 86-96.
- Light, Ann; Simpson, Gini; Weaver, Lois; & Healey, Patrick G. T. 2009. Geezers, Turbines, Fantasy Personas: Making The Everyday into The Future. In *Proceedings of C&C '09* (pp. 39-48). New York: ACM Press.
- Loi, Michele & Christen, Markus. 2020. Ethical Frameworks for Cybersecurity. In M. Christen et al. (Eds.), *The Ethics of Cybersecurity* (pp. 73-95). Cham: Springer Nature.
- Lütge, Christoph; Rusch, Hannes; Uhl, Matthias; & Luetge, Christoph.

2014. *Experimental Ethics: Toward an Empirical Moral Philosophy*. London: Palgrave Macmillan.
- Makridakis, Spyros. 2017. The Forthcoming Artificial Intelligence (AI) Revolution: Its Impact on Society and Firms. *Futures*, 90, 46-60.
- Mason, Richard O. 1986. Four Ethical Issues of the Information Age. *MIS Quarterly*, 10(1), 5-12.
- Munteanu, Cosmin; Molyneaux, Heather; Moncur, Wendy; Romero, Mario; O'Donnell, Susan; & Vines, John. 2015. Situational Ethics: Re-Thinking Approaches to Formal Ethics Requirements for Human-Computer Interaction. In *Proceedings of CHI 2015* (pp. 105-114). New York: ACM Press.
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nallaperumal, Krishnan. 2018. CyberSecurity Analytics to Combat Cyber Crimes. *2018 IEEE International Conference on Computational Intelligence and Computing Research (ICIC)*, 1-4.
- Nambisan, Satish; Lyytinen, Kalle; Majchrzak, Ann; & Song, Michael. 2017. Digital Innovation Management: Reinventing Innovation Management Research in a Ddigital World. *MIS Quarterly*, 41(1), 223-238.
- Nikoloski, Krume. 2014. The Role of Information Technology in the Business Sector. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 3(12), 303-309.
- Owen, Richard; Bessant, John; & Heintz, Maggy. (Eds.). (2013). *Responsible Innovation: Managing the Responsible Emergence of Science and Innovation in Society*. London: Wiley.
- Pariser, Eli. 2011. *The Filter Bubble: What The Internet is Hiding from You*. London: Penguin.
- Rahmawati, Siti Nur Eliza; Hasanah, Maulinda; Rohmah, Ainur;

- Pratama, Rizki Adytia Putra; & Anshori, M. Isa. 2023. Privasi dan Etika dalam Manajemen Sumber Daya Manusia Digital. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(6), 1-23.
- Safitri, Andriani & Dewi, Dinie Anggraeni. 2021. Implementasi Nilai-nilai Pancasila sebagai Pedoman Generasi Milenial dalam Bersikap di Media Sosial. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 3(1), 78-87.
- Saifullah, Muhammad. 2011. Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127-156.
- Sollie, Paul. 2009. On Uncertainty in Ethics and Technology. In P. Sollie & M. Düwell (Eds.), *Evaluating New Technologies: Methodological Problems for the Ethical Assessment of Technology Developments*. Heidelberg: Springer.
- Spring, Jonathan M. & Illari, Phyllis. 2019. Building General Knowledge of Mechanisms in Information Security. *Philosophy & Technology*, 32, 627-659.
- Stanwick, Peter A. & Stanwick, Sarah D. 2014. *Understanding Business Ethics* (2nd ed.). P. Quinlin et al. (Eds.). California: Sage Publications, Inc.
- Sukirno, Zakaria Lantang. 2017. Model Komunikasi Pemasaran Bisnis Jasa. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(1), 13-26.
- Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. 2008. *Nudge: The Gentle Power of Choice Architecture*. Yale: New Haven.
- Trobez, Sara; Vesić, Monika; Žerovnik, Gaja; Ye, Xiaoli; & Žužul, Darjan. 2017. The Effect of Culture on Business Ethics. *Dynamic Relationships Management Journal*, 6(1), 51-59.
- Turban, Efraim; Volonino, Linda; & Wood, Gregory L. 2015. *Information Technology for Management: Digital Strategies for Insight, Action, and Sustainable Performance* (10th ed.). B. L.

- Golub et al. (Eds.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Utama, Agung Bella Putra; Wibawa, Aji Prasetya; Masruroh, Betty; & Ningrum, Vira Setia. 2021. Prinsip Etika Keilmuan Bidang Teknologi Informasi dan Penerapannya dalam Karya Tulis Ilmiah. *Jurnal Inovasi Teknik dan Edukasi Teknologi*, 1(8), 630-640.
- van den Hoven, Jeroen; Lokhorst, Gert-Jan; & van de Poel, Ibo. 2012. Engineering and The Problem of Moral Overload. *Science and Engineering Ethics*, 18, 143-155.
- Waycott, Jenny & Vines, John. 2019. Designing Technologies with Older Adults: Ethical Tensions and Opportunities. In B. B. Neves & F. Vetere (Eds.), *Ageing and Digital Technology: Designing and Evaluating Emerging Technologies for Older Adults* (pp. 173-187). Singapore: Springer Nature Singapore Pte Ltd.
- Zaltman, Gerald; Duncan, Robert; & Holbek, Jonny. 1973. *Innovations and Organizations*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

## PROFIL PENULIS



**Awa, S. Sos., M.M.**  
**Fakultas Ekonomi & Bisnis**  
**Universitas Djuanda, Bogor**

Ketertarikan penulis terhadap Manajemen SDM dimulai tahun 2000. Setelah penulis menyelesaikan studi S1 Administrasi Fiskal Universitas Indonesia, penulis bekerja sebagai HRD Staff di perusahaan, merangkap menjadi Dosen di Jakarta. Pada tahun 2013, penulis menyelesaikan studi S2 Manajemen SDM Universitas Singaperbangsa Karawang.

Pengalaman penulis sebagai praktisi HRD selama 20 tahun di beberapa jenis perusahaan, seperti: diklat dan konsultasi; telekomunikasi dan *contact center*; pertambangan bauksit, nikel, batubara, grup dengan perusahaan kayu dan kelapa sawit; konstruksi *high rise building*; fasilitas publik, *rest area, retail, food & beverage*. Posisi yang pernah diemban penulis mulai posisi HRD Staff sampai HRD & GA Manager. Penulis juga berpengalaman sebagai praktisi UMKM & koperasi unit usaha, khususnya koperasi syariah selama 10 tahun, dan menjadi Dewan Pengawas Syariah (DPS) Koperasi Syariah. Saat ini, penulis sedang menyelesaikan studi pada Program S3 Ilmu Manajemen, Konsentrasi Manajemen SDM di Universitas Pasundan

Bandung, sekaligus S2 Psikologi, konsentrasi Psikologi SDM di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Penulis memiliki kepakaran di bidang SDM, Bisnis Digital, dan Bisnis UMKM & Koperasi. Mulai tahun 2022, penulis menjadi dosen tetap mata kuliah: Perilaku Organisasi, Bisnis UMKM & Koperasi, Sistem Informasi Manajemen, dan Studi Kelayakan Bisnis di Universitas Djuanda, Bogor. Selain itu, penulis menjadi konsultan SDM, Bisnis Digital, dan UMKM & Koperasi Syariah. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif dalam penelitian dan pengabdian pada masyarakat di bidang kepakaran tersebut, serta aktif menulis buku. Penulis pernah mengisi rubrik konsultasi “Tabayyun”, *Suara Merdeka Cyber News*, Semarang, dan menulis buku *Motivasi Cinta*<sup>®</sup>, yang diterbitkan oleh Dian Rakyat, Jakarta, 2011. Beberapa artikel jurnal dan *book chapter* telah diterbitkan pada tahun 2023 dan 2024.

## ANALISIS KASUS ETIKA BISNIS KONTEMPORER

*Oleh Dr. Herlina, S.Pd., M.Pd.*

### 12.1 Analisis Kasus Etika Bisnis

Analisis kasus etika bisnis merupakan pendekatan yang memeriksa perilaku bisnis dari sudut pandang etika. Dalam konteks bisnis kontemporer, kita mengkaji bagaimana perusahaan dan individu berinteraksi dengan nilai-nilai moral, prinsip etika, dan tanggung jawab sosial. Analisis kasus etika bisnis juga merupakan metode untuk mempelajari dan mengevaluasi situasi bisnis yang melibatkan pertimbangan moral dan nilai-nilai etis (Sonny Keraf, 1998). Dalam hal ini, analisis kasus etika bisnis mencakup identifikasi, analisis, dan solusi terhadap dilema etika yang mungkin timbul dalam konteks bisnis.

Analisis kasus etika bisnis akan mempertimbangkan semua faktor ini dan mencari solusi yang sejalan dengan nilai-nilai etika dan keberlanjutan. Dalam menghadapi dilema etika, perusahaan harus memastikan bahwa keputusan yang diambil tidak hanya menguntungkan bisnis, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan (Ali, 2020). Pelanggaran etika juga dapat terjadi di mana saja, termasuk dalam dunia bisnis. Untuk meraih keuntungan, masih banyak perusahaan yang melakukan berbagai pelanggaran moral. Nama baik dunia bisnis dinodai oleh berbagai berbagai skandal keuangan yang mengakibatkan resesi dunia dan meruntuhkan dasar pondasi ekonomi (Floyd, 2017).

Dalam praktiknya, analisis kasus etika bisnis melibatkan langkah-

langkah berikut:

- a. Identifikasi Masalah Etika: Mengenali isu-isu etika yang muncul dalam situasi bisnis tertentu.
- b. Kumpulkan Data dan Informasi: Mengumpulkan informasi yang relevan tentang kasus tersebut.
- c. Analisis dan Evaluasi: Menganalisis fakta-fakta dan mempertimbangkan implikasi etika dari berbagai keputusan.
- d. Pertimbangkan Alternatif Solusi: Menyusun opsi solusi yang memperhitungkan nilai-nilai etika dan dampaknya.
- e. Ambil Tindakan dan Evaluasi Kembali: Memilih solusi yang paling sesuai dan memantau dampaknya.

Dalam menghadapi kasus etika bisnis, penting bagi perusahaan untuk berkomitmen pada praktik yang adil, transparan, dan berkelanjutan.

## **12.2 Analisis Kasus PT Freeport Indonesia di Irian Jaya**

Salah satu kasus etika bisnis kontemporer yang menarik untuk dianalisis adalah PT Freeport Indonesia. Perusahaan ini beroperasi di daerah dataran tinggi di Kabupaten Mimika, Provinsi Papua, Indonesia. Freeport-McMoRan, perusahaan induk PT Freeport Indonesia, adalah perusahaan tambang internasional dengan kantor pusat di Phoenix, Arizona, Amerika Serikat. Mereka menambang, memproses, dan melakukan eksplorasi terhadap bijih yang mengandung tembaga, emas, dan perak. PT Freeport Indonesia merupakan perusahaan afiliasi dari Freeport-McMoRan yang bergerak dalam penambangan, pemrosesan, dan eksplorasi bijih yang mengandung tembaga, emas, dan perak. Perusahaan ini beroperasi di daerah dataran tinggi di Kabupaten Mimika, Provinsi Papua, Indonesia. Namun, perusahaan ini juga terlibat dalam beberapa isu etika yang kontroversial.

Namun, kasus etika muncul ketika kita mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari operasi tambang ini. Beberapa isu yang relevan meliputi:

- a. Kerusakan Alam: Pertambangan dapat menyebabkan kerusakan lingkungan, termasuk deforestasi, pencemaran air, dan hilangnya habitat satwa liar.



- b. Hak Asasi Manusia: Bagaimana perusahaan memperlakukan pekerja, hak-hak masyarakat lokal, dan hak-hak adat juga menjadi perhatian.
- c. Transparansi dan Korupsi: Bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan pemerintah dan masyarakat, serta apakah ada praktik korupsi yang terjadi.
- d. Pengelolaan Sumber Daya: Bagaimana perusahaan mengelola sumber daya alam secara berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Dalam analisis kasus ini, kita dapat mengevaluasi apakah PT Freeport Indonesia telah mematuhi prinsip etika bisnis dan tanggung jawab sosial. Apakah mereka telah mengambil langkah-langkah untuk mengurangi dampak negatif dan memastikan keberlanjutan operasi mereka?

Etika bisnis kontemporer memerlukan perusahaan untuk tidak hanya memperhatikan keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Semoga analisis ini membantu kita lebih memahami kompleksitas isu-isu etika dalam dunia bisnis modern.

Beberapa aspek etika yang relevan dalam kasus ini meliputi:

- a. Lingkungan: PT Freeport Indonesia telah menghadapi kritik karena dampak lingkungannya. Pertambangan yang intensif dapat merusak alam dan mengancam keberlanjutan ekosistem lokal.
- b. Hak Asasi Manusia: Terdapat laporan tentang pelanggaran hak asasi manusia yang terjadi selama operasional perusahaan. Ini termasuk konflik dengan masyarakat adat dan masalah hak tenaga kerja.
- c. Transparansi dan Akuntabilitas: Beberapa pihak menyoroti kurangnya transparansi dalam laporan keuangan dan operasional PT Freeport Indonesia.
- d. Hubungan dengan Pemerintah: Ada pertanyaan tentang bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pemerintah dan

apakah ada kebijakan yang menguntungkan perusahaan secara tidak adil.

Perusahaan ini juga telah melibatkan dirinya dalam sejumlah kasus dan pelanggaran etika yang tak terelakkan. Mari kita gali lebih dalam dan telaah kasus etika bisnis yang melibatkan Freeport ini.

a. Menimbang Dampak Lingkungan:

Sebagai pemain utama di industri pertambangan, Freeport tidak luput dari sorotan terkait dampak negatifnya terhadap lingkungan. Di Papua, tempat perusahaan ini beroperasi, ada laporan mengenai pencemaran air dan kehancuran habitat alam akibat praktik tambangnya. Hal ini memunculkan isu tentang tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya.

b. Menggarisbawahi Keadilan Sosial:

Kebijakan Freeport dalam hal ketenagakerjaan juga menuai kontroversi. Dilaporkan bahwa perusahaan ini memiliki praktik buruk terhadap hak-hak pekerja dan kelompok masyarakat setempat. Konflik dengan masyarakat adat Papua menyoroti perusahaan ini atas keterlibatannya dalam proses pengadaan lahan, kompensasi yang adil, dan pemberdayaan ekonomi lokal.

c. Transparansi dan Akuntabilitas:

Elemen kunci dalam evaluasi etika bisnis adalah transparansi dan akuntabilitas.

Kasus pelanggaran etika bisnis di Indonesia tidak hanya terbatas pada PT Freeport. Contoh lain meliputi kasus suap terkait pembangunan proyek PLTU di Riau serta kasus Mafia Cengkeh yang merajalela di Sulawesi Tengah. Dalam kedua kasus tersebut, terjadi penipuan dan keterlibatan oknum-oknum dalam tubuh perusahaan yang terkait.

### 12.3 Analisis Kasus PLTU di Riau

Kasus PLTU Riau-1 telah menjadi sorotan tajam dan kontroversial di Indonesia. Mari kita telusuri kronologi peristiwa yang terjadi seputar kasus ini:

a. 13 Juli 2018:

Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) melakukan operasi tangkap tangan (OTT) terhadap Wakil Ketua Komisi VII DPR RI, Eni Maulani Saragih, di kediaman Sekretaris Jenderal DPP Partai Golkar, yang saat itu juga menjabat sebagai Menteri Sosial, Idrus Marham. Secara bersamaan, KPK juga menangkap pemegang saham Blackgold Natural Resources Ltd, Johannes Budisutrisno Kotjo di Graha BIP Jakarta. Eni dan Johannes Kotjo kemudian ditetapkan sebagai tersangka. KPK menyatakan bahwa Kotjo diduga memberikan suap kepada Eni. Kasus ini terkait dengan proyek pembangunan PLTU Riau-1 dan melibatkan barang bukti uang senilai Rp500 juta

b. 14 Juli 2018:

Eni dan Johannes Kotjo resmi ditetapkan sebagai tersangka. KPK meningkatkan status penanganan perkara ke penyidikan. Sebelumnya, tim penindak KPK mengidentifikasi adanya penyerahan uang dari Audrey Ratna Justianty kepada Tahta Maharaya di lantai 8 gedung Graha BIP. Audrey merupakan sekretaris Johannes Budisutrisno Kotjo, sementara Tahta adalah staf sekaligus keponakan Eni Maulani Saragih.

c. Vonis Bebas Sofyan Basir:

Mantan Direktur Utama PT PLN (Persero), Sofyan Basir, dinyatakan tak bersalah dalam kasus dugaan pembantuan transaksi suap terkait proyek pembangunan PLTU Riau-1. Majelis hakim menyatakan bahwa Sofyan tidak terbukti melanggar Pasal 12 huruf a jo Pasal 15 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 sebagaimana diubah UU Nomor 20

Tahun 2001 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi jo Pasal 56 ke-2 KUHP

Kasus ini menegaskan pentingnya transparansi, akuntabilitas, dan pengawasan ketat dalam dunia bisnis agar perusahaan dapat beroperasi dengan integritas dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

#### **12.4 Analisis Kasus Pelanggaran Etika Bisnis PLTU Riau-1**

Kasus PLTU Riau-1 merupakan peristiwa yang mencuat ke permukaan dan menyoroti sejumlah isu etika bisnis. Berikut adalah analisis dari kasus ini:

- a. Korupsi dan Suap:  
Kasus ini melibatkan suap dan korupsi dalam proyek pembangunan PLTU Riau-1. Tindakan ini melibatkan pejabat pemerintah dan pemegang saham perusahaan.
- b. Transparansi dan Akuntabilitas:  
Ketidaktransparanan dalam kesepakatan bisnis antara perusahaan dan pemerintah menjadi sorotan. Pengawasan yang ketat diperlukan untuk memastikan transparansi dalam proses pengadaan proyek.
- c. Dampak Lingkungan dan Sosial:  
Proyek PLTU memiliki dampak lingkungan yang signifikan. Pencemaran, kehancuran habitat, dan konflik dengan masyarakat setempat menjadi isu yang harus diperhatikan.
- d. Hukum dan Keadilan:  
Vonis bebas Sofyan Basir menimbulkan pertanyaan tentang keadilan hukum. Bagaimana sistem hukum menangani kasus-kasus semacam ini?

#### **12.5 Analisis Kasus Perusahaan Multinasional (MNC)**

Mari kita bahas lebih lanjut tentang kasus eksploitasi sumber daya alam oleh perusahaan multinasional (MNC). Kasus semacam ini sering kali menimbulkan perdebatan etika dan dampak yang

signifikan pada lingkungan dan masyarakat.

#### Contoh Kasus: Eksploitasi Sumber Daya Alam oleh MNC

a. Latar Belakang:

Sebuah perusahaan multinasional (MNC) beroperasi di wilayah yang kaya akan sumber daya alam, seperti hutan, tambang, atau perkebunan. MNC ini memiliki kepentingan finansial yang besar dalam memperoleh dan memanfaatkan sumber daya alam ini.

b. Pelanggaran Etika:

Ketidakpedulian terhadap Hak Pekerja:

MNC sering kali mempekerjakan pekerja lokal dengan upah rendah dan kondisi kerja yang buruk. Mereka mungkin mengabaikan hak hak pekerja, termasuk hak untuk bekerja dalam lingkungan yang aman dan mendapatkan upah yang layak.

c. Kerusakan Lingkungan:

MNC dapat merusak lingkungan melalui praktik eksploitasi yang tidak berkelanjutan. Contohnya, penebangan hutan secara besar-besaran tanpa reboisasi yang memadai, penambangan yang merusak ekosistem, atau pencemaran air dan udara.

d. Ketidaktransparanan dan Pengaruh Politik:

Beberapa MNC mungkin tidak transparan dalam melaporkan dampak lingkungan dan sosial dari operasional mereka. Pengaruh politik juga dapat mempengaruhi regulasi dan pengawasan terhadap praktik eksploitasi.

#### Dampak pelanggaran etika bisnis

Dampak dari eksploitasi sumber daya alam yang tidak etis meliputi:

- a. Kehilangan Keanekaragaman Hayati: Penebangan hutan, penambangan, dan perburuan liar dapat mengancam spesies dan ekosistem.

- b. Kerusakan Sosial: Ketidaksetaraan ekonomi, ketidakstabilan sosial, dan konflik antara komunitas lokal dan perusahaan.
- c. Perubahan Iklim: Praktik eksploitasi yang tidak berkelanjutan berkontribusi pada perubahan iklim global.

**Solusi dari kejadian tersebut adalah;**

- a. Penerapan Etika: MNC harus mematuhi standar etika bisnis yang ketat, memperhatikan hak pekerja, dan meminimalkan dampak lingkungan.
- b. Transparansi: MNC harus transparan dalam melaporkan praktik operasional dan dampaknya.
- c. Keterlibatan Masyarakat: Melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan dan memastikan manfaat yang adil bagi mereka.

Kasus semacam ini menunjukkan pentingnya menggabungkan keuntungan bisnis dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Semua pihak harus bekerja sama untuk mencapai keberlanjutan yang seimbang.

**Latihan Soal:**

1. Se jauh mana perusahaan ini mengakui dan bertanggung jawab akan dampaknya serta upaya mereka dalam meminimalkan kerusakan.
2. Apakah perusahaan bisa meraih keuntungan tanpa melupakan prinsip-prinsip keadilan sosial?
3. Bagaimana perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya?
4. Bagaimana perusahaan dan individu terlibat dalam praktik korupsi dan bagaimana hal ini mempengaruhi integritas bisnis?
5. Pertanyaan etika: Se jauh mana perusahaan harus transparan dalam bisnisnya dan bagaimana mengukur akuntabilitasnya?

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hapzi. (2020). Modul Business Ethic & GG. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Keraf, Sonny. 1998, Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya), Yogyakarta: Kanisius.
- Floyd, Larry A., Feng,Xu.,Atkins,Ryan.,Caldwell,Cam. (2013).Ethical Outcomes and Business Ethics: Towards Improving Business Ethics Education. Journal Business Ethics (2013) 117:753-776
- [https://www.academia.edu/19777683/etika Bisnis : Analisis Kasus Pt Freeport Indonesia Dalam Sudut Pandang Etika Bisnis | Afief Nursetiawan - Academia.Edu.](https://www.academia.edu/19777683/etika_Bisnis_Analisis_Kasus_Pt_Freeport_Indonesia_Dalam_Sudut_Pandang_Etika_Bisnis_Afief_Nursetiawan)
- [https://123dok.com/document/Yrw92rjzetika BISNIS ANALISIS KASUS PT FREEPORT \(123dok.com\)](https://123dok.com/document/Yrw92rjzetika_BISNIS_ANALISIS_KASUS_PT_FREEPORT_123dok.com)
- <https://www.scribd.com/document/418675925> Analisis Kasus Tentang Etika Bisnis

## **PROFIL PENULIS**



**Dr. Herlina, S. Pd., M. Pd.**  
**Dosen Fakultas Manajemen**  
**Universitas Mandiri, Jawa Barat, Indonesia**

Dr. Herlina, S.Pd., M.Pd. adalah dosen tetap aktif di Universitas Mandiri, Jawa Barat yang mengajar pada Fakultas Ekonomi dengan mata kuliah Kewirausahaan, Pengantar Bisnis, Pengantar Manajemen, Ekonomi Moneter Indonesia, dan Hukum Etika Bisnis. Lulus Pendidikan S3 (Doctoral) pada tahun 2021 di Universitas Pendidikan Indonesia jurusan Pendidikan Ilmu Sosial dengan konsentrasi Bidang Kewirausahaan. Selain menulis buku, penulis juga aktif menulis beberapa artikel baik terindeks Garuda, Sinta maupun WoS dan sekarang sedang mengupayakan untuk dapat submit artikel terindeks Scopus. Serta penulis sebagai reviewer pada jurnal nasional dan internasional terindeks WoS. Selain itu penulis juga aktif berorganisasi di Perkumpulan Dosen Peneliti Indonesia sebagai Sekretaris Jenderal (PDPI) sebagai Sekjen. Semoga buku ini bermanfaat bagi pembaca. Aamiin Ya Rabbal Alamiin.



## TANTANGAN MASA DEPAN DALAM ETIKA BISNIS

*Oleh Dr. Akhir Lusono, S.Sn., M.M.*

### 13.1 Tren dan Konsep Etika Bisnis Masa Depan

Di era yang semakin terhubung dan kompleks ini, tren dan konsep etika bisnis masa depan menjadi semakin penting. Etika bisnis tidak lagi hanya tentang mematuhi hukum dan regulasi, tetapi juga tentang menjawab tantangan-tantangan global yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi, globalisasi, dan perubahan sosial. Di masa depan, perusahaan perlu mengintegrasikan nilai-nilai etika ke dalam budaya organisasi mereka dan memperlakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka.

Bisnis masa depan akan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perkembangan teknologi, tren sosial, dan kebutuhan pasar yang terus berubah. Beberapa tren dan konsep yang mungkin menjadi bagian dari etika bisnis masa depan termasuk:

#### 1. Sustainability (Keberlanjutan)

Bisnis di masa depan akan semakin memperhatikan dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan mereka. Etika bisnis akan mencakup tanggung jawab terhadap lingkungan, seperti mengurangi

jejak karbon, menggunakan energi terbarukan, dan mengelola limbah dengan bijaksana.

## 2. Inclusivity (Inklusivitas)

Bisnis akan menekankan inklusivitas dalam segala aspek, mulai dari keberagaman dalam tenaga kerja hingga aksesibilitas produk dan layanan bagi semua lapisan masyarakat, termasuk kelompok yang terpinggirkan atau rentan.

## 3. Transparency (Transparansi)

Etika bisnis masa depan akan menekankan pentingnya transparansi dalam hubungan dengan konsumen, investor, dan pihak-pihak terkait lainnya. Ini termasuk transparansi dalam penggunaan data, kebijakan harga, dan keputusan bisnis yang diambil.

## 4. Technology Ethics (Etika Teknologi)

Dengan peran teknologi yang semakin dominan dalam dunia bisnis, etika bisnis akan mencakup tanggung jawab dalam pengembangan dan penggunaan teknologi. Ini termasuk privasi data, keamanan cyber, dan pertimbangan etis terkait dengan kecerdasan buatan (AI), otomatisasi, dan robotika.

## 5. Corporate Social Responsibility (CSR)

Praktek CSR akan terus menjadi bagian integral dari etika bisnis masa depan. Perusahaan akan diharapkan untuk berkontribusi pada kebaikan masyarakat melalui program-program sosial, lingkungan, dan ekonomi yang berkelanjutan.

## 6. Ethical Leadership (Kepemimpinan Etis)

Etika bisnis akan sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan yang etis. Pemimpin bisnis di masa depan diharapkan untuk menjadi contoh dalam perilaku dan keputusan mereka, memprioritaskan integritas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.

## 7. Global Citizenship (Kewarganegaraan Global)

Bisnis di masa depan akan mengadopsi pandangan yang lebih luas tentang kewarganegaraan, tidak hanya memperhatikan kepentingan lokal tetapi juga memperhitungkan dampak global dari keputusan dan kegiatan bisnis mereka.

#### 8. Empowerment (Pemberdayaan)

Etika bisnis akan mencakup upaya untuk memberdayakan konsumen, karyawan, dan komunitas lokal, memberi mereka akses ke sumber daya, pendidikan, dan kesempatan untuk berkembang.

#### 9. Adaptability (Ketangguhan)

Bisnis masa depan akan perlu memiliki etika yang adaptif, mampu menyesuaikan diri dengan perubahan cepat dalam lingkungan bisnis, teknologi, dan masyarakat.

#### 10. Long-Term Thinking (Pemikiran Jangka Panjang)

Etika bisnis akan mendorong pemikiran jangka panjang daripada fokus hanya pada keuntungan jangka pendek. Bisnis diharapkan untuk memperhitungkan dampak jangka panjang dari keputusan mereka terhadap semua pemangku kepentingan yang terlibat.

Mengintegrasikan nilai-nilai seperti keberlanjutan, inklusivitas, transparansi, dan tanggung jawab sosial akan menjadi bagian penting dari etika bisnis di masa depan untuk menciptakan dunia bisnis yang lebih adil, berkelanjutan, dan berdampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan.

### **13.2 Tantangan dan Dinamika Etika Bisnis**

Etika bisnis masa depan menghadapi beragam tantangan dan dinamika yang berkembang seiring dengan perubahan dalam teknologi, globalisasi, dan tuntutan sosial. Salah satu aspek utama dari etika bisnis masa depan adalah respons terhadap dampak teknologi yang semakin maju. Dengan kemunculan kecerdasan buatan (AI), analitik data besar, dan otomatisasi, perusahaan

dihadapkan pada pertanyaan etika tentang privasi data, keadilan dalam keputusan berbasis AI, dan konsekuensi ekonomi dari otomatisasi (Goyal & Joshi, 2021).

Selain itu, dalam konteks globalisasi, etika bisnis masa depan perlu mempertimbangkan tantangan dalam memastikan praktik bisnis yang adil dan bertanggung jawab di seluruh rantai pasok global. Ketidaksetaraan ekonomi dan sosial antara negara-negara dan kelompok masyarakat juga menimbulkan pertanyaan etika tentang distribusi kekayaan dan akses terhadap sumber daya (Crane & Matten, 2019).

Perubahan iklim dan keberlanjutan juga menjadi fokus utama dalam etika bisnis masa depan. Perusahaan diharapkan untuk mempertimbangkan dampak operasi mereka terhadap lingkungan, serta tanggung jawab mereka dalam mengurangi emisi karbon dan mengurangi limbah (Moon et al., 2020).

Keragaman dan inklusi juga menjadi prioritas dalam etika bisnis masa depan. Perusahaan harus memastikan bahwa lingkungan kerja mereka inklusif dan menghargai keragaman, serta mempromosikan kesetaraan gender dan menghilangkan diskriminasi (Freeman & Dmytriiev, 2017).

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) juga menjadi bagian integral dari etika bisnis masa depan. Perusahaan diharapkan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika dalam semua aspek operasi mereka, serta berkontribusi pada pembangunan masyarakat dan lingkungan yang berkelanjutan (Carroll & Shabana, 2020).

Dalam menghadapi tantangan-tantangan ini, perusahaan harus berkomitmen untuk mengadopsi praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan etis. Ini melibatkan pengembangan kebijakan dan praktik yang berpusat pada nilai-nilai etika, transparansi, dan keberlanjutan untuk memastikan bahwa perusahaan berperan

sebagai agen perubahan positif dalam masyarakat dan lingkungan di masa depan.

Tantangan masa depan dalam etika bisnis mencakup beragam isu kompleks yang berkembang seiring dengan perubahan dalam dinamika global, teknologi, dan tuntutan sosial. Beberapa tantangan utama yang mungkin dihadapi di masa depan termasuk:

### **13.3 Tantangan Global dan Etika Bisnis**

Tantangan global dalam konteks etika bisnis mencakup berbagai isu yang melintasi batas negara dan berdampak luas pada masyarakat, lingkungan, dan ekonomi secara global. Salah satu aspek utama adalah globalisasi ekonomi, yang memungkinkan perusahaan untuk beroperasi di berbagai negara dengan skala yang lebih besar. Namun, globalisasi juga membawa tantangan terkait dengan keadilan ekonomi dan sosial antara negara-negara, serta standar etika bisnis yang bervariasi di berbagai konteks global (Crane & Matten, 2019).

Selain itu, tantangan ketidaksetaraan ekonomi menjadi fokus utama dalam etika bisnis global. Pertumbuhan ekonomi yang tidak seimbang antara negara-negara berkembang dan maju meningkatkan kesenjangan dalam distribusi kekayaan dan akses terhadap sumber daya. Hal ini menimbulkan pertanyaan etika tentang tanggung jawab perusahaan multinasional dalam memperjuangkan keadilan ekonomi global (Scherer & Palazzo, 2019).

Tantangan lainnya adalah peningkatan kompleksitas rantai pasok global. Dalam rantai pasok yang semakin panjang dan kompleks, perusahaan dihadapkan pada risiko terkait dengan praktik kerja yang tidak etis, keberlanjutan lingkungan, dan pelanggaran hak asasi manusia di negara-negara pemasok. Perusahaan perlu mempertimbangkan implikasi etika dari setiap tindakan dalam rantai pasok mereka (Bendell, 2020).

Selain itu, isu-isu lingkungan menjadi perhatian utama dalam etika bisnis global. Perubahan iklim, kerusakan lingkungan, dan keberlanjutan sumber daya menjadi tantangan besar yang dihadapi oleh perusahaan di seluruh dunia. Perusahaan perlu mempertimbangkan dampak operasi mereka terhadap lingkungan global dan mengambil tindakan yang bertanggung jawab untuk meminimalkan dampak negatif mereka (Moon et al., 2020).

Dalam menghadapi tantangan global tersebut, penting bagi perusahaan untuk mengadopsi pendekatan etis yang berkelanjutan dalam bisnis mereka. Ini termasuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika dalam keputusan strategis, memastikan kepatuhan terhadap standar etika internasional, dan memperjuangkan keadilan ekonomi dan sosial di seluruh dunia (Carroll & Shabana, 2020).

#### **13.4 Inklusi dan Etika Keragaman**

Inklusi dan etika keragaman menjadi aspek krusial dalam konteks bisnis global yang semakin beragam. Inklusi merujuk pada praktik-praktik yang memastikan bahwa semua individu, termasuk kelompok yang terpinggirkan atau minoritas, merasa diakui, dihargai, dan memiliki kesempatan yang sama di lingkungan kerja. Di sisi lain, etika keragaman menekankan pentingnya menghargai perbedaan dalam identitas, latar belakang, dan pengalaman individu, serta mempromosikan keadilan dan kesetaraan dalam interaksi bisnis (Cox & Blake, 2019).

Dalam konteks etika bisnis, praktik inklusi dan etika keragaman melibatkan mengatasi diskriminasi, memerangi bias, dan menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan ramah bagi semua orang. Perusahaan harus memastikan bahwa kebijakan dan prosedur mereka tidak membedakan berdasarkan jenis kelamin, ras, agama, orientasi seksual, atau faktor-faktor lain yang dapat menyebabkan ketidakadilan atau ketidaksetaraan (Freeman & Dmytriyev, 2017).

Implementasi etika keragaman juga mencakup upaya untuk mempromosikan keadilan dan kesetaraan dalam peluang karir, pengembangan karyawan, dan pengambilan keputusan di semua tingkatan organisasi. Ini termasuk memastikan akses yang setara terhadap pelatihan dan pengembangan, memberikan dukungan untuk karyawan yang beragam, dan mengambil tindakan yang aktif untuk menghilangkan hambatan-hambatan yang menghalangi partisipasi dan kemajuan mereka (Ferrell et al., 2019).

Penting juga untuk mencatat bahwa etika keragaman bukan hanya tentang mematuhi peraturan dan kebijakan, tetapi juga tentang memperjuangkan nilai-nilai inklusi dan keadilan dalam budaya organisasi. Perusahaan harus mengadopsi pendekatan yang proaktif dalam membangun budaya yang menerima perbedaan, menghargai kontribusi setiap individu, dan menghormati hak-hak dasar mereka (Kimmel et al., 2020).

Dengan menerapkan praktik inklusi dan etika keragaman dalam bisnis mereka, perusahaan dapat memperkuat reputasi mereka sebagai agen perubahan sosial positif, meningkatkan produktivitas dan inovasi, serta membangun hubungan yang kuat dengan karyawan, pelanggan, dan masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, dengan menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan ramah bagi semua orang, perusahaan juga dapat memperluas kesempatan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas.

### **13.5 CSR: Tantangan dan Peluang dalam Implementasi Masa Depan**

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilihat sebagai bagian dari etika bisnis yang mendasar. Pada dasarnya, etika bisnis adalah tentang bagaimana perusahaan melakukan kegiatan mereka dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap semua pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, masyarakat, dan

lingkungan. CSR mencerminkan komitmen perusahaan untuk bertindak secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya, di atas dan di luar kewajiban hukum yang mendasarinya (Carroll & Shabana, 2020).

Secara etis, perusahaan memiliki tanggung jawab moral untuk tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga untuk berkontribusi pada pembangunan sosial dan lingkungan yang berkelanjutan. Praktik CSR memungkinkan perusahaan untuk menjalankan bisnis mereka dengan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan mereka, serta memperjuangkan nilai-nilai etis seperti keadilan, keberagaman, dan transparansi (Moon et al., 2020).

Prinsip-prinsip etika bisnis yang mendasari CSR termasuk keterbukaan dan akuntabilitas, di mana perusahaan mengakui dan bertanggung jawab atas dampak positif dan negatif dari operasi mereka. Selain itu, CSR juga mencakup prinsip-prinsip seperti kepatuhan terhadap hukum dan regulasi, penghargaan terhadap hak asasi manusia, perlindungan lingkungan, dan kontribusi pada kesejahteraan masyarakat (Carroll & Buchholtz, 2019).

Dengan mengintegrasikan CSR ke dalam strategi dan budaya organisasi mereka, perusahaan dapat membangun reputasi yang kuat sebagai agen perubahan sosial yang positif dan bertanggung jawab. Ini tidak hanya menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan dalam hal citra merek dan hubungan dengan pemangku kepentingan, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembangunan masyarakat dan lingkungan yang berkelanjutan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang semakin penting dalam dunia bisnis modern. Tantangan dan peluang dalam implementasi masa depan CSR terus berkembang seiring dengan perubahan sosial, lingkungan, dan ekonomi. Berikut ini beberapa hal yang perlu dipertimbangkan:



### 1. Tantangan Lingkungan

Perubahan iklim, kehilangan keanekaragaman hayati, dan degradasi lingkungan merupakan tantangan besar bagi CSR. Perusahaan harus menghadapi tekanan untuk mengurangi jejak karbon mereka dan memperbaiki praktik-praktik yang merusak lingkungan.

### 2. Keterlibatan Pemangku Kepentingan

Salah satu tantangan utama dalam implementasi CSR adalah memperhitungkan kepentingan semua pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, masyarakat lokal, dan pemegang saham. Perusahaan perlu membangun hubungan yang kuat dengan semua pihak ini untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

### 3. Transparansi dan Akuntabilitas

Masyarakat semakin menuntut transparansi dan akuntabilitas dari perusahaan dalam hal praktik bisnis dan dampak sosial dan lingkungan mereka. Perusahaan harus memastikan bahwa mereka berkomunikasi secara jujur dan terbuka tentang upaya CSR mereka dan siap menerima tanggung jawab atas tindakan mereka.

### 4. Inovasi dan Teknologi

Peluang untuk inovasi dalam implementasi CSR sangat besar. Teknologi baru dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi limbah, dan memperbaiki dampak lingkungan. Perusahaan juga dapat menciptakan produk dan layanan baru yang memiliki manfaat sosial atau lingkungan yang positif.

### 5. Pendanaan dan Pengukuran Kinerja

Salah satu tantangan utama dalam implementasi CSR adalah mendapatkan dana yang cukup untuk mendukung inisiatif CSR. Perusahaan harus mencari cara untuk mengalokasikan sumber daya dengan bijak dan mengukur kinerja mereka secara teratur untuk memastikan bahwa mereka mencapai dampak yang diinginkan.

## 6. Tantangan Sosial

CSR juga harus memperhitungkan tantangan sosial seperti kesenjangan ekonomi, ketidaksetaraan gender, dan akses terhadap pendidikan dan kesehatan. Perusahaan harus mempertimbangkan bagaimana praktik bisnis mereka dapat berkontribusi pada solusi untuk tantangan-tantangan ini.

Meskipun ada banyak tantangan, implementasi CSR juga menawarkan banyak peluang bagi perusahaan. Dengan menerapkan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, perusahaan dapat memperbaiki citra merek mereka, meningkatkan kepuasan pelanggan, mendapatkan akses ke pasar baru, dan mengurangi risiko hukum dan reputasi. Selain itu, perusahaan yang menganut CSR dapat menjadi pemimpin dalam menciptakan perubahan positif dalam masyarakat dan lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2019). *Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management* (10th ed.). Cengage Learning.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2020). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 19(4), 384-407.
- Cox, T., & Blake, S. (2019). *Managing Diversity: Toward a Globally Inclusive Workplace* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Crane, A., & Matten, D. (2019). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization* (5th ed.). Oxford University Press.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2019). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases* (12th ed.). Cengage Learning.
- Freeman, R. E., & Dmytriyev, S. (2017). Stakeholder Capitalism. *Journal of Business Ethics*, 142(3), 437-440.
- Goyal, S., & Joshi, M. (2021). Ethical Considerations of Artificial Intelligence and Big Data Analytics. In *Ethical Issues in the Era of Big Data* (pp. 29-42). Springer.
- Kimmel, M., Aronson, A., & Lundberg, G. (2020). *The Psychology of Diversity: Beyond Prejudice and Racism*. John Wiley & Sons.
- Moon, J., Murphy, J., & Whelan, G. (2020). *Corporate Social Responsibility: A Critical Introduction*. Polity Press.

## **PROFIL PENULIS**

**Dr. Akhir Lusono, S.Sn., M.M.**

# ETIKA **BISNIS**

**Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, penting bagi setiap pelaku bisnis untuk memahami betapa pentingnya mengintegrasikan etika dalam setiap aspek kegiatan bisnis mereka. Di dalam halaman-halaman buku ini, pembaca akan diajak untuk merenungkan konsep-konsep etika yang relevan dalam konteks bisnis. Mulai dari tanggung jawab sosial perusahaan hingga pertimbangan etis dalam pengambilan keputusan, setiap topik dianalisis dengan cermat dan diilustrasikan dengan studi kasus nyata serta pemikiran dari para ahli.**

**Buku "Etika Bisnis" menggali konsep-konsep moral dan prinsip-prinsip etika yang berkaitan dengan dunia bisnis serta tantangan dan dinamika yang ada. Dengan menyoroti tantangan dan peluang dalam mengintegrasikan nilai-nilai etika dalam praktik bisnis, buku ini menawarkan pandangan mendalam tentang pentingnya memperhitungkan aspek moral dalam pengambilan keputusan bisnis. Melalui analisis studi kasus dan gagasan dari para ahli, pembaca diundang untuk mempertimbangkan tanggung jawab sosial perusahaan dan pertimbangan etis dalam berbagai konteks bisnis. Buku ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi dan pemahaman bagi para pelaku bisnis yang ingin menjalankan usaha mereka dengan integritas dan keberlanjutan.**



**Penerbit *Gita Lentera***

Office 1: Perm. Permata hijau regency blok F/1 kelurahan Pisang

kecamatan Pauh kota Padang, Sumatera Barat

Office 2: Jl Weling no 120 Gejayan, Yogyakarta

Cp. Admin: +62823-8699-7194

git4lentera4@gmail.com www.gitalentera.com

ISBN 978-623-8548-27-9



Anggota IKAPI  
No. 042/SBA/2023