

PENTINGNYA PRAKTIK BISNIS YANG BAIK SESUAI DENGAN PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS

Gisela Agustin¹, Shevi Nurbaeti², Dea Natasya Yohana³, Putri Yunita Sari⁴, Muhammad Refi Rajuspa⁵

Email: giselaagustin237@gmail.com, shevinurbaeti19@gmail.com, deayohanna07@gmail.com, putriyunita679@gmail.com, rajujambi05@gmail.com

Program Studi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan
Universitas Jambi

Abstrack

The principles of business ethics are the main key to running a good business. Because good business practices do not only emphasize profits, but also emphasize the principles of business ethics in running the business. When these principles of business ethics are not applied, it will cause problems such as greenwashing. The purpose of writing this article is to provide a deep understanding of the importance of applying the principles of business ethics in running a good business. The writing in this article uses a literature study method that examines theories through references in the form of books, notes, previous research results and collecting relevant literature and documents. Thus, problems in good business practices such as greenwashing are caused by not running a business in accordance with the principles of business ethnics. Therefore, the efforts made are transparent, responsible and in line with existing business ethics principles.

Keywords: Business, ethics, Practice.

Abstrak

Prinsip-prinsip etika bisnis merupakan kunci utama dalam menjalankan bisnis yang baik. Karena praktik bisnis yang baik tidak hanya menekankan keuntungan semata, akan tetapi menekankan prinsip-prinsip etika bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Ketika prinsip-prinsip etika bisnis ini tidak terapkan maka akan menimbulkan permasalahan seperti *greenwashing*. Penulisan artikel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam menjalankan bisnis yang baik. Penulisan dalam artikel ini menggunakan metode studi kepustakaan yang mengkaji teori melalui referensi-referensi berupa buku, catatan, hasil penelitian terdahulu serta mengumpulkan literatur dan dokumen-dokumen yang relevan. Dengan demikian, permasalahan dalam praktik bisnis yang baik seperti *greenwashing* yang disebabkan oleh tidak menjalankan

Article History

Received: Mei 2025
Reviewed: Mei 2025
Published: Mei 2025

Copyright : Author
Publish by : CAUSA



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

bisnis sesuai dengan prinsip dalam etika bisnis. Oleh sebab itu, upaya yang dilakukan adalah transparansi, bertanggung jawab dan selaras dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang ada.	
--	--

Kata kunci: Bisnis, Etika, Praktik

PENDAHULUAN

Era modern saat ini yang terus menerus berkembang tentunya sangat berpengaruh terhadap semua aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam dunia bisnis. Etika bisnis merupakan cara yang digunakan dalam kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan perusahaan, individu, serta masyarakat. (Saban Echdar, 2019). Praktik bisnis yang baik tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan semata, akan tetapi juga pentingnya menjalankan bisnis dengan menekankan pada prinsip-prinsip etika bisnis. Etika bisnis bukan hanya sebuah materil yang perlu dipahami begitu saja, namun diperlukan sebuah pelaksanaan atau praktik di dalam dunia bisnis itu sendiri.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, praktik bisnis menjadi kunci untuk mencapai keberhasilan jangka panjang. Praktik bisnis yang baik merujuk pada serangkaian tindakan dan kebijakan yang diterapkan oleh sebuah perusahaan maupun perorangan untuk mencapai tujuan bisnis. Dengan mempertimbangkan etika, tanggung jawab, sosial, dan keberlanjutan. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti kejujuran dalam pemasaran, transparansi dalam laporan keuangan, serta tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Selain itu, praktik bisnis yang baik memiliki peranan penting, diantaranya ialah untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, keberlanjutan bisnis, dan sebagai alat untuk menghadapi daya saing yang cukup ketat.

Berdasarkan aspek-aspek yang telah dipaparkan di atas, maka etika bisnis sangat penting dan sangat diperlukan untuk membangun sebuah kepribadian atau perilaku bisnis yang apik. Perilaku bisnis berdasarkan etika perlu diterapkan meskipun tidak menjamin berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Akan tetapi, setidaknya akan menjadi rambu-rambu pengaman apabila terjadi pelanggaran etika yang menyebabkan timbulnya kerugian bagi pihak lain. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman secara mendalam mengenai prinsip-prinsip etika bisnis yang baik dan benar. Supaya terjadi sebuah perubahan maupun pemahaman perkembangan bisnis yang nantinya akan dijalankan.

METODE PENELITIAN

Penyusunan dalam artikel ini menggunakan studi kepustakaan (*library research*). Sugiyono (2018:291) menyatakan bahwa studi kepustakaan (*library research*) berkaitan dengan kejian secara teori melalui referensi-referensi berupa buku, catatan maupun laporan hasil dari penelitian terdahulu. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan literature yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan beserta dokumen-dokumen yang relevan. Secara sederhana, studi kepustakaan membatasi kegiatannya hanya pada bahan-bahan dari perpustakaan tanpa harus turun langsung ke lapangan untuk mencari data yang diperlukan.

PEMBAHASAN

Bisnis yang baik dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau organisasi usaha yang dikelola secara profesional, transparan, dan bertanggung jawab. Tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan (profit), tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan kelestarian lingkungan. Pendekatan ini dikenal sebagai konsep *Triple Bottom Line* yang diperkenalkan oleh John Elkington (1997), yang menegaskan bahwa kesuksesan suatu bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan finansial saja, namun juga dari kontribusinya terhadap masyarakat dan lingkungan. Bisnis yang baik juga sangat berkaitan dengan pentingnya etika bisnis dalam praktik bisnis yang baik.

Menurut Prihatminingtyas (2017) etika bisnis berisi aturan yang menitikberatkan pada apakah suatu kegiatan bisnis boleh atau tidak untuk dilakukan. Baik atau buruk kepribadian seseorang atau suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnisnya yang dapat dilihat dari tiga sudut pandang. Sudut pandang tersebut terdiri dari sudut pandang ekonomi, hukum, dan moral. Dari sisi ekonomi, bisnis yang mampu menghasilkan keuntungan tanpa menimbulkan kerugian bagi orang lain adalah bisnis yang baik. Dari sudut hukum, bisnis tidak boleh menimbulkan pelanggaran hukum. Serta dari segi moral bisnis tidak boleh mengganggu dan merusak tatanan moral yang berkembang di masyarakat.

Di Jepang prinsip etika bisnis yang berlaku akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai yang hadir di kehidupan masyarakat Jepang. Di Amerika dan Eropa prinsip etikan bisnis yang diterapkan akan dipengaruhi oleh sistem nilai yang berkembang di negara tersebut begitu seterusnya. Demikian juga di Indonesia akan sangat mempengaruhi prinsip-prinsip etika bisnis yang diberlakukan di Indonesia (Surajiyo, 2018). Etika bisnis dijadikan landasan bagi perusahaan

dalam mencapai tujuan yang disepakati dalam kegiatan bisnis. Sehingga etika mempunyai prinsip umum dalam melaksanakan kegiatan dan untuk mencapai tujuan bisnis yang telah dirancang (Prihatminingtyas, 2017). Prinsip-prinsip etika bisnis tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Prinsip Otonomi

Kemampuan seseorang dalam bertindak dan mengambil keputusan tentang benar dan salah tindakan yang dilakukan berdasarkan kesadaran sendiri. Seorang yang otonom mempunyai kesadaran akan tugasnya dalam dunia bisnis. Orang yang otonom bebas dalam bertindak tetapi mempunyai tanggung jawab dalam setiap perilakunya. Tanggung jawab moral yang harus dimiliki oleh pembisnis yang otonom adalah tanggung jawab moral yang dua arah, yaitu tanggung jawab terhadap diri sendiri dan orang lain yang terdiri dari *stakeholders* seperti pelanggan, distributor, pemilik saham maupun kreditur, pekerja, masyarakat dan mitra usaha lainnya.

Dalam bukunya (Prihatminingtyas, 2017), mengemukakan beberapa cirri-ciri pelaku bisnis yang mempunyai prinsip otonom, antara lain:

- a) Memahami kegiatan dan bidang yang ditekuninya
- b) Paham akan kondisi yang tengah dihadapi
- c) Memahami hal-hal yang menjadi harapan dan tujuan usaha yang dijalani
- d) Memahami aturan dan ketentuan yang diterapkan di jenis usaha yang dijalaninya
- e) Mempunyai kesadaran dan pemahaman terhadap setiap tindakan dan keputusan yang akan diambil
- f) Mempunyai kesadaran dan pemahaman tentang resiko yang ditimbulkan dari tindakan dan keputusannya terhadap diri sendiri, organisasi bisnis, dan pihak lain
- g) Mempunyai kesadaran dan pemahaman bahwa dari setiap tindakan dan keputusan yang diambil bisa sesuai ataupun bertentangan dengan sistem nilai dan norma yang berlaku.

2. Prinsip Kejujuran

Terkait dengan kegiatan bisnis prinsip kejujuran menjadi nilai mendasar dan paling menentukan yang mendukung keberhasilan kinerja suatu usaha bisnis. Bisnis yang mengabaikan prinsip kejujuran tidak akan mampu bertahan dan lambat tapi pasti akan ditinggalkan oleh partner usaha maupun konsumennya. Kejujuran merupakan hal yang utama dalam tindakan dan perikatan usaha bisnis. Kejujuran menjadi hal yang dibutuhkan dalam setiap pemenuhan kontrak dan syarat-syarat perjanjian baik dalam hal penawaran barang, hubungan kerja dengan karyawan perusahaan sendiri maupun hubungan kerja dengan perusahaan lain. Dalam suatu perikatan dan perjanjian bisnis tersebut, masing-

masing pihak harus jujur dan saling percaya demi keberlangsungan hubungan relasi dan hubungan bisnis kedepannya. Dalam lingkup kegiatan bisnis, kejujuran menjadi suatu prinsip yang mampu memunculkan rasa percaya, sekaligus menjadi syarat dalam menjalankan kegiatan bisnis yang profesional antara karyawan perusahaan, konsumen, pemasok dan partner bisnis maupun pihak lain yang terlibat (Prihatminingtyas, 2017).

3. Prinsip Keadilan

Keadilan diartikan sebagai memberikan setiap orang apa yang menjadi haknya (Rodhiyah, 2011). Keadilan didalam hubungan bisnis tidak muncul begitu saja, melainkan harus diusahakan. Keadilan diberikan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis, baik itu pihak internal maupun eksternal supaya terpenuhi hak-haknya (Echdar, 2019). Konsumen diberikan haknya untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkannya dan karyawan dipenuhi haknya setelah mereka memenuhi kewajibannya dalam bekerja dan melaksanakan kegiatan bisnis. Begitu juga dengan investor, *stakeholders* maupun para relasi bisnis. Inti dari prinsip keadilan adalah tidak ada orang lain yang dirugikan (Prinsip *no harm*) baik itu karyawan, pemasok, konsumen maupun investor. Jika prinsip ini tidak diterapkan, akan sulit untuk pelaku bisnis menjalankan bisnisnya dengan baik. Setiap pihak tidak boleh saling merugikan demi terciptanya harus menjaga hubungan baik (Medina, 2019).

4. Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip ini menuntut untuk para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatannya harus saling menguntungkan semua pihak (Arijanto, 2020). Seorang produsen pasti ingin mendapatkan keuntungan dari kegiatan produksinya, begitu juga konsumen ingin mendapatkan barang dan jasa yang sesuai dengan yang diinginkannya baik dalam bentuk harga yang wajar, kondisi barang atau jasa yang berkualitas maupun pelayanan yang sesuai (Prihatminingtyas, 2017).

5. Prinsip Integritas Moral

Hal yang ditekankan dalam prinsip ini adalah kesadaran pebisnis bahwa setiap orang mempunyai nilai dan kedudukan yang harus dihormati. Prinsip ini harus dipahami dan dilaksanakan sebagai tuntutan dari dalam diri seorang pebisnis agar ia mampu menjalankan bisnisnya dengan senantiasa menjaga citra perusahaannya. Prinsip ini menuntut pelaku bisnis untuk tidak merugikan semua pihak dalam pengambilan keputusan dan tindakan bisnis. Seorang pebisnis harus dapat menjalankan bisnisnya secara maksimal dan membawa perusahaannya menjadi yang terbaik dan dapat dibanggakan (Medina, 2019).

Era globalisasi saat ini permasalahan lingkungan menjadi perhatian serius dan dapat berdampak langsung terhadap keberlangsungan makhluk hidup di muka bumi. Dari sekian banyak permasalahan lingkungan yang ada, salah satunya yang sedang marak diperbincangkan adalah meningkatnya jumlah sampah plastik global (Suhartein & Hapsari, 2020). Meningkatnya jumlah sampah plastik global dari waktu ke waktu, tentunya mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap kelestarian lingkungan. Dengan demikian, produk ramah lingkungan mulai banyak diminati konsumen. Kesadaran masyarakat akan permasalahan lingkungan juga mempengaruhi perubahan perilaku konsumen dalam membeli produk, sehingga konsumen cenderung menginginkan produk yang ramah lingkungan (Giarti & Santoso, 2015).

Salah satu permasalahan dalam praktik bisnis yang baik adalah *greenwashing*, yaitu strategi pemasaran yang menyesatkan konsumen dengan mengklaim bahwa produk atau perusahaan lebih ramah lingkungan namun pada kenyataannya tidak sesuai dalam praktik dan kenyataan yang sebenarnya. Contohnya produk yang menggunakan kemasan hijau dengan kata-kata alami atau *eco-friendly* tanpa memiliki sertifikasi atau bukti konkret. Sehingga konsumen yang ingin mendukung kelestarian lingkungan justru tertipu oleh informasi yang tidak jujur. Bahkan juga berdampak terhadap rusaknya kepercayaan publik seperti reputasi perusahaan yang hancur serta pelanggan kehilangan kepercayaan.

Oleh sebab itu, solusi dari permasalahan *greenwashing* ini adalah perusahaan harus transparansi mengenai bahan baku, proses produksi, dan dampak lingkungan. Selanjutnya juga produk harus disertai dengan sertifikasi resmi seperti ISO 14001, Ecolabel, dan lain sebagainya untuk membuktikan klaim berkelanjutan. Serta Konsumen juga perlu lebih kritis dalam meneliti klaim lingkungan sebelum membeli produk. Karena permasalahan *greenwashing* ini menunjukkan bahwa praktik bisnis yang baik tidak hanya tentang pemasaran yang menarik saja, tetapi juga tentang kejujuran dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.

Sehingga dalam persaingan usaha yang sangat kompetitif, prinsip-prinsip etika bisnis sangat penting diperlukan dalam menjalankan suatu bisnis. Karena tidak hanya untuk memastikan bahwa bisnis berjalan secara jujur, transparan, dan adil dalam berinteraksi dengan konsumen, karyawan, mitra bisnis, serta masyarakat luas. Tetapi juga membantu membangun reputasi yang kuat, meningkatkan *stakeholder*, serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan berkelanjutan. Pada akhirnya juga dapat mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang dengan cara yang bertanggung jawab dan selaras dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang ada.

KESIMPULAN

Prinsip-prinsip etikan bisnis dalam praktik bisnis yang baik sangat penting karena untuk memastikan bahwa setiap aktivitas perusahaan dijalankan dengan jujur, transparansi, tanggung jawab, dan keadilan. Sehingga tidak hanya menciptakan lingkungan usaha yang sehat dan berkelanjutan saja, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat hubungan dengan mitra bisnis, menjaga kesejahteraan karyawan, meminimalkan resiko hukum dan reputasi. Serta dapat mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang dengan cara yang bertanggung jawab selaras dengan nilai-nilai moral dan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Bengu H, Selus, P. Kelin & Ryan. Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital. *Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Komputer Dan Rekayasa Sistem Cerdas*. Vol. 2, No
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. *Jurnal Valut*, Vol, 6 No 1.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57).
- Kristanti, D., Kardini, N. L., Sucandrawati, N. L. K. A. S., Alaslan, A., Harto, B., Hidayati, M., ... & Astari, A. A. E. (2023). Etika Bisnis. *Padang: Global Eksekutif Teknologi*.
- Lah, R. A. D. (2023). Implikasi Hukum Bisnis Terhadap Praktik Etika Bisnis Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 19(2), 163-172.
- Maulia, S. T., Utami, S., & Ichsan, M. (2023). Dampak Polusi Udara Akibat Kebakaran Hutan Dan Lahan Serta Upaya Pengurangannya Untuk Mempertahankan Ketahanan Energi. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 29(3), 384-400.
- Nahdi, M. R., & Mukhlis, I. (2023). Prinsip Etika Bisnis Pada Digital Marketing: Literature Review. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 188-197.
- Olivia, T., Breliastiti, R., & Hanjaya, A. E. (2024). Mewaspadaai Praktik Greenwashing Dalam Implementasi Esg. *Journal Of Business And Entrepreneurship*, 12(2).
- Riau, S. A. K. (2023). Prinsip-Prinsip Etika Bisnis. *Etika Bisnis: Membangun Keberlanjutan Bisnis Melalui Manajemen Dan Perilaku Bisnis Yang Beretika*, 13.
- Ura, U. (2019). Teori-Teori Etika Sumbangan Pemikiran Para Filsuf Bagi Etika Bisnis. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*. Vol, 3 No 2.

