

ISU ETIKA BISNIS YANG BERKELANJUTAN

Nadya¹, Arum Imeliana², Asy Siffa Aulia³, Firda Agnaita⁴, Al Amin Saputra⁵

Email: n3906417@gmail.com, arumimeliana5@gmail.com, syfaaulia092004@gmail.com,
fagnaita@gmail.com, alaminsaputra10@gmail.com

Program Studi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan
 Universitas Jambi

Abstrack

Business ethics is an important element in the modern business world, especially amidst increasingly tight global competition. Currently, increasingly tight business competition causes business actors to justify any means to gain business profits and win the competition. The purpose of writing this article is to provide an in-depth understanding of the concept of business ethics, how it plays a role in creating healthy competition, and various violations that often occur in the business world. Violations such as monopoly, price discrimination, and abuse of dominant positions can weaken the competitiveness of the industry and harm society. The writing in this article uses a literature study method that examines theories through references in the form of books, notes or reports of previous research results and collects relevant literature and documents. Thus, this article also explores ethical business strategies to create a fair and sustainable business environment. Based on previous research, it shows that the application of business ethics principles can support economic and social sustainability.

Keywords: Business Ethics, Competition, Violations.

Abstrak

Etika bisnis merupakan elemen penting dalam dunia bisnis yang modern, terutama di tengah persaingan global yang semakin ketat. Saat ini, persaingan bisnis yang semakin ketat menyebabkan pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan bisnis dan memenangkan pesaing. Penulisan artikel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai konsep etika bisnis, bagaimana peranannya dalam menciptakan persaingan yang sehat, serta berbagai pelanggaran yang sering terjadi dalam dunia bisnis. Pelanggaran seperti monopoli, diskriminasi harga, dan penyalahgunaan posisi dominan yang dapat melemahkan daya saing industri dan merugikan masyarakat. Penulisan dalam artikel ini menggunakan metode studi literatur kepustakaan yang mengkaji teori melalui referensi-referensi berupa buku,

Article History

Received: June 2025
 Reviewed: June 2025
 Published: June 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/).

catatan maupun laporan hasil penelitian terdahulu serta mengumpulkan literatur dan dokumen-dokumen yang relevan. Dengan demikian, adanya artikel ini juga mengeksplorasi strategi bisnis beretika untuk menciptakan lingkungan usaha yang adil dan berkelanjutan. Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis mampu mendukung keberlanjutan ekonomi dan sosial.

Kata kunci: Etika Bisnis, Pesaingan, Pelanggaran.

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini, membawa tantangan dalam dunia bisnis terutama di tengah perkembangan ekonomi yang pesat dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan finansial semata, tetapi juga harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari setiap aktivitas yang dilakukan. Hal ini menciptakan tantangan yang signifikan bagi manajemen perusahaan, di mana mereka harus mampu menyeimbangkan anatar tujuan profitabilitas dan tanggung jawab terhadap masyarakat.

Dalam persaingan dunia bisnis yang semakin ketat ini, etika bisnis menjadi sebuah aspek penting yang tidak dapat di tawar lagi. Era globalisasi yang sangat terbuka saat ini, dapat menyebabkan keburukan/kesalahan bisnis dalam perusahaan dapat cepat tersebar luas. Untuk bertahan dalam dunia bisnis ini, satu-satunya cara yan bisa diterapkan adalah dengan bertindak secara jujur dan etis terhadap pemasok, pemodal, konsumen, dan masyarakat umum. Pelaku bisnis yang ingin berkembang dan mampu bersaing pada era globalisasi, harus mematuhi etika maupun norma serta aturan dan hukum yang berlaku.

Pelanggaran etika bisnis seringkali terjadi tanpa disadari, hal ini disebabkan oleh pelaku bisnis yang tidak menyadari bahwa pentingnya membangun pondasi etika dan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku. Bisnis yang baik dan beretika akan menguntungkan perusahaan, masyarakat, bahkan negara. Namun, kegagalan dalam mematuhi hukum dan etika bisnis untuk menangani persaingan bisnis meyebabkan timbulnya persaingan yang tidak sehat. Pelanggaran etika bisnis dapat melemahkan daya saing industri di pasar global, hal ini dapat terjadi karena sikap para pengusaha yang menganggap remeh etika bisnis yang berlaku secara umum. Pengabaian terhadap etika bisnis akan membawa kerugian tidak hanya pada masyarakat, tetapi juga bagi tatanan ekonomi nasional. Selain itu, apabila para pengusaha tidak juga menyadari pentingnya etika bisnis akan menghancurkan nama baik perusahaan mereka sendiri.

Oleh karena itu, penting menyadari bahwa dalam berbisnis hal yang paling penting untuk diterapkan adalah etika bisnis. Harapannya etika bisnis tidak hanya diterapkan oleh satu pihak saja, tetapi juga oleh pemerintah, masyarakat, pengusaha, dan negara. Kemudian membangun lingkungan bisnis yang adil dan bertanggung jawab juga merupakan solusi dalam mengatasi persaingan yang tidak sehat, sehingga dalam berbisnis dapat mematuhi etika bisnis dan mampu mempertimbangkan dampak sosial dari apa yang dilakukan. Selain itu, perusahaan juga harus mampu berkomunikasi baik dengan masyarakat umum dan pelanggan dengan cara yang mudah dipahami, sehingga dapat terciptanya hubungan bisnis yang menyenangkan untuk semua pihak yang terlibat.

METODE PENELITIAN

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

PEMBAHASAN

A. Etika Bisnis

Kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti suatu karakter, watak kesusilaan ataupun adat istiadat/kebiasaan. Etika ini Berkaitan dengan konsep yang dapat dimiliki setiap individu juga kelompok untuk dapat menilai apa suatu tindakan yang telah dikerjakannya itu benar atau salah, baik atau buruk. Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik, untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethics is the science of good and bad*).

Sedangkan bisnis merupakan suatu kegiatan bisnis yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga diartikan sebagai suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari (Amirullah, 2005), hal serupa juga disampaikan oleh Louis E. Boone (2007) yang menyatakan bahwa, bisnis (*bussines*) terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan, dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian.

Dengan demikian etika bisnis merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku-pelaku bisnis di manapu berada. Etika bisnis juga dapat diartikan sebagai atauran tak tertulis yang memuat tentang cara menjalankan sebuah bisnis dengan baik sesuai dengan prinsip adil, serta sesuai dengan hukum yang berlaku. Etika bisnis adalah standar serta pedoman bagi seluruh karyawan, termasuk juga manajemen dalam menjalankan pekerjaan sehari-hari (Agus Arijanto, 2014). Di dalam dunia bisnis, etika bisnis memang sangat diperlukan oleh setiap pemilik bisnis sehingga diharapkan akan terwujud situasi dan kondisi bisnis yang sehat dan bermartabat yang pada akhirnya dapat juga bermanfaat bagi masyarakat, bangsa, dan negara.

Dalam pelaksanaannya etika bisnis dikatakan baik apabila suatu perusahaan dapat menjalankan kegiatan bisnis secara jujur, adil, bertanggung jawab, dan sesuai dengan hukum. Berikut ada lima prinsip yang dijadikan pedoman perilaku dalam menjalankan praktik bisnis.

1. Prinsip Otonomi yaitu menunjukkan sikap kemandirian, kebebasan, dan bertanggung jawab yang berdasarkan kemampuan sendiri sesuai dengan apa yang diyakini sehingga dapat mengambil suatu keputusan dengan baik.
2. Prinsip Kejujuran yaitu mampu menanamkan sikap bahwa apa yang dipikirkan adalah apa yang dikatakan, dan apa yang dikatakan adalah yang dikarjakan.
3. Prinsip Keadilan yaitu menanamkan sikap untuk memperlakukan semua pihak secara adil, dengan tidak membeda-bedakan dari berbagai aspek, baik aspek ekonomi, hukum, maupun aspek lainnya.
4. Prinsip Saling Menguntungkan yaitu menanamkan kesadaran bahwa dalam berbisnis perlu ditanamkan prinsip *win-win solution*, artinya dalam setiap keputusan dan tindakan bisnis, harus diusahakan agar semua pihak merasa diuntungkan.
5. Prinsip Integrasi Moral adalah prinsip untuk tidak merugikan orang lain dalam segala keputusan dan tindakan bisnis yang diambil.

B. Etika Bisnis dalam Persaingan Bisnis

Etika bisnis mempunyai peranan penting, sebab dapat menciptakan norma, nilai, dan juga perilaku karyawan serta pimpinan dengan tujuan membangun hubungan yang sehat dan adil, dengan relasi kerja, masyarakat, ataupun pemegang saham. Dalam berbisnis tentunya tidak terlepas dari yang namanya persaingan, persaingan bisnis didefinisikan sebagai persetujuan antar pelaku bisnis secara independen berusaha untuk mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula (Muhajidin, 2019: 98). Persaingan bisnis yang ketat menyebabkan pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan bisnis dan memenangkan persaingan. Dalam hal ini

penegakkan etika bisnis sangat penting untuk dilakukan, artinya melalui etika bisnis yang baik dapat menciptakan persaingan bisnis yang baik dan kondusif.

Saat ini penegakan etika bisnis persaingan bisnis semakin sulit dilakukan, hal ini disebabkan oleh banyaknya pelanggaran etika yang dilakukan oleh pelaku bisnis itu sendiri. Pelanggaran etika bisnis ini tidak dapat diselesaikan melalui jalur hukum karena tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Kondisi etika bisnis di kalangan perusahaan sangat memprihatinkan terlihat dari adanya tindak keserakahan, korupsi, kolusi, dan nepotisme yang menyebabkan munculnya pengusaha besar mengalahkan pengusaha kecil dan merugikan konsumen. Banyak perusahaan yang memproduksi barang dengan model serupa, sehingga menciptakan persaingan dalam menarik minat konsumen.

Dengan persaingan ini, perusahaan seringkali menggunakan berbagai cara untuk saling menjatuhkan satu sama lain. Tindakan yang biasa dilakukan para pelaku bisnis dalam melakukan persaingan bisnis dengan cara tidak wajar atau curang dalam memenangkan persaingan, diantaranya yaitu:

1. Penetapan harga, termasuk dalam tindakan persaingan bisnis yang buruk karena apabila penetapan harga dilakukan maka kebebasan dalam menentukan harga secara bebas menjadi berkurang
2. Diskriminasi harga artinya harga yang diberikan lebih murah bagi pelanggan tetap dilakukan oleh perusahaan yang sedang berusaha memperluas pasaran baru bagi produk mereka.
3. Persaingan tidak sehat, tindakan ini dilakukan pelaku bisnis yang ingin memegang posisi monopoli dengan mencegah calon pesaing dengan cara yang curang. Berikut beberapa tindakan yang biasa dilakukan dalam persaingan bisnis tidak sehat, diantaranya yaitu:
 - a. Monopoli, terdiri atas satu produsen dengan banyak pembeli dan terlindungi dari persaingan, umumnya pasar yang bersifat monopoli menghasilkan kualitas produk yang lebih sedikit sehingga masyarakat membayar dengan harga yang lebih tinggi.
 - b. Kartel adalah bangunan dari perusahaan sejenis yang secara terbuka sepakat untuk mengatur kegiatannya di pasar, sehingga dapat menentukan harga dan setiap anggota akan menikmati keuntungan yang jauh di atas tingkat yang dicapai dalam pasar yang bersaing sempurna.
 - c. Posisi Dominan, di mana suatu perusahaan menguasai sebagian besar pangsa pasar sisanya dikuasai perusahaan berskala kecil tetapi dengan jumlah yang sangat besar. Dengan struktur ini dapat membentuk harga di pasar melalui pengaturan tingkat produksinya sehingga memiliki kekuatan monopoli cukup signifikan.

Dalam menjaga keunggulan bersaing perusahaan harus selalu berupaya menyenangkan konsumen, menciptakan pengalaman positif, dan memberikan layanan yang unik. Keunggulan produk dan jasa perlu ditingkatkan agar dapat bersaing dengan kompetitor serta memenuhi harapan konsumen melalui produk yang berkualitas. Pengalaman konsumen baik positif maupun negatif sangat mempengaruhi reputasi perusahaan, pengalaman baik akan dikenang dan dibagikan kepada orang lain, sementara pengalaman buruk dapat merusak citra perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menciptakan pengalaman menyenangkan bagi konsumen. Selain itu, keistimewaan layanan yang unik juga menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen. Pelayanan yang berbeda dari pesaing dapat diwujudkan melalui sikap ramah, tutur kata sopan, dan senyuman yang tulus untuk meninggalkan kesan mendalam bagi pelanggan.

C. Pelanggaran Etika Bisnis

Pelanggaran etika bisnis muncul karena pelaku bisnis yang hanya memikirkan cara untuk meningkatkan penjualan dan melakukan hal-hal yang tidak etis seperti suap, korupsi, kolusi, dan nepotisme. Ketidaktahuan tentang etika bisnis mendorong pelanggaran terhadap bisnis. Jika suatu perusahaan tidak mengikuti standar etika bisnis yang tepat, hal itu menyebabkan konsumen tidak percaya pada produknya, yang dapat menyebabkan penjualan menurun dan bahkan kebangkrutan perusahaan. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing, harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang murah dibandingkan pesaing, waktu penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang baik dibandingkan pesaingnya (Margaretha, 2004).

Etika bisnis merupakan aspek moral dalam menjalankan bisnis, juga diartikan sebagai tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, nilai-nilai maupun segala kebiasaan yang dianut suatu individu kepada individu lainnya ataupun dari satu generasi ke generasi yang lainnya (Aviatri & Nilasari, 2021). Keputusan dalam bisnis seringkali mengedepankan materi atau mengejar keuntungan jangka pendek semata. Keputusan bisnis sering dibuat secara sepihak, tanpa memperhatikan ketentuan etik yang disahkan oleh lembaga yang berkompeten seperti Kode Etik Perhimpunan Auditor Internal Indonesia (PAAI), Peraturan Menteri Keuangan Nomor 17/PMK.01/2008/ tentang Jasa Akuntan Publik, Peraturan Badan Pemeriksa Keuangan Nomor 2 Tahun 2007 tentang Kode Etik BPK-RI, Kode Etik Psikologi Indonesia, Kode Etik Advokat Indonesia, dan lain sebagainya. Selain itu, pengawasan dari pihak berwenang dalam menegakkan etika bisnis masih dianggap lemah, sehingga dimanfaatkan untuk mencapai keuntungan pribadi ataupun kelompok.

Pelanggaran etika bisnis meliputi berbagai perilaku yang tidak etis dalam konteks bisnis dan ekonomi. Beberapa contoh pelanggaran etika bisnis yang umum, meliputi:

1. Penipuan, menyediakan informasi yang salah atau menyesatkan kepada konsumen, investor, atau pihak lain untuk memperoleh keuntungan yang tidak adil;
2. Penghindaran pajak, menggunakan celah atau strategi yang meragukan untuk menghindari membayar pajak yang seharusnya dibayarkan;
3. Penggunaan buruk sumber daya, menggunakan sumber daya perusahaan secara tidak etis, seperti menggunakan waktu kerja untuk kepentingan pribadi atau mencuri aset perusahaan;
4. Perlakuan diskriminasi, memperlakukan karyawan, konsumen, atau pihak lain dengan tidak adil berdasarkan faktor seperti ras, gender, agama, atau orientasi seksual;
5. Pelanggaran hak tenaga kerja, melanggar hak-hak pekerja, seperti mengabaikan standar keselamatan dan kesehatan, upah yang tidak adil, atau jam kerja yang berlebihan;
6. Korupsi, memberikan suap atau hadiah kepada pejabat pemerintah atau pihak lain untuk memperoleh keuntungan bisnis yang tidak sah;
7. Pelanggaran privasi, melanggar privasi pelanggan atau karyawan dengan cara, seperti mencuri data pribadi atau menjual informasi tanpa izin; dan
8. Praktik monopoli atau kartel, mengekang persaingan dengan melakukan kesepakatan ilegal untuk mengendalikan pasar.

Pelanggaran terhadap etika bisnis berpotensi untuk melemahkan daya saing produk industri di pasar global, dengan mengabaikan etika bisnis juga akan berdampak negatif terhadap masyarakat dan ekonomi nasional. Untuk mengatasi pelanggaran etika bisnis membutuhkan pendekatan yang kompleks. Penitngnya menyadari bahwa dalam berbisnis etika bisnis merupakan hal utama yang harus diterapkan, tidak hanya diterapkan oleh satu pihak tetapi juga oleh pemerintah, masyarakat, pengusaha, dan negara. Hal ini berarti bahwa apa yang disepakati tidak akan pernah terwujud jika ada pihak terkait yang tidak tahu dan setuju tentang etika dan moralitas.

Solusi yang dapat diambil dalam menghadapi pelanggaran etika bisnis antara lain: (1) menetapkan kebijakan etika yang jelas; (2) meningkatkan kesadaran etika; (3) memperkuat pengawasan internal; (4) membuat saluran pelaporan yang aman; dan (5) menegakkan sanksi yang tegas. Untuk mencegah terjadinya pelanggaran etika dan menciptakan lingkungan yang etis, solusi ini harus diterapkan secara konsisten. Membangun lingkungan bisnis yang adil dan bertanggung jawab juga merupakan solusi, di mana bisnis yang mematuhi nilai-nilai moral dan mempertimbangkan dampak sosial dari apa yang mereka lakukan. Selain itu, perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan dan masyarakat umum dengan cara yang mudah

dipahami, sehingga dapat membangun hubungan bisnis yang menyenangkan untuk semua pihak yang terlibat.

KESIMPULAN

Etika bisnis merupakan fondasi utama dalam dunia bisnis yang menekankan tanggung jawab sosial di samping keuntungan finansial. Persingan yang ketat seringkali mendorong pelanggaran etika bisnis, seperti penetapan harga produk yang tidak adil, diskriminasi harga, dan persaingan yang tidak sehat seperti monopoli. Faktor-faktor seperti produk serupa, saluran distribusi yang sama, perubahan harga, dan pemasok produksi yang sama juga dapat memicu terjadinya persaingan tidak sehat. Oleh karena itu, perusahaan harus membangun strategi bisnis yang fokus pada reputasi, produk dan merek serta menghindari praktik tidak sehat. Dengan menerapkan etika bisnis yang mencakup prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab dan saling menguntungkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan kondusif, dapat meningkatkan daya saing di pasar global serta kelangsungan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68-85.
- Alma, B. (2009). *Etika Bisnis: Dinamika Persaingan Usaha*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amin, A. (2013). *Etika Bisnis*. Jakarta: Lembaga Fakultas Penerbit Ekonomi Universitas Indonesia.
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku bisnis: etika bisnis & perilaku konsumen*. Deepublish.
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 194-205.
- Madyasari, A. Y., & Madysari, A. Y. (2023). Tantangan Etika Dalam Bisnis Internasional Yang Penuh Persaingan Di Era Globalisasi. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, 15(2), 238-251.
- Muslim, Moh. (2017). Urgensi Etika Bisnis dalam Dunia Global. *Jurnal Esensi*, 20(2).
- Nugroho, A., & Arijanto, A. (2015). *Etika Bisnis: Pemahaman Teori secara Komprehensif dan Implementasinya*. Bogor: Institut Pertanian Bogor Press.

- Rendtorff, J. D. (2019). Sustainability and Business Ethics in a Global Society. *Philosophy of Management and Sustainability: Rethinking Business Ethics and Social Responsibility in Sustainable Development*, 19 - 28. <https://doi.org/10.1108/978>.
- Suratman, A. (2014). *Etika Bisnis dan Profesi: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Mandala Naional.
- Wibowo, D. P., & Afriadi, H. (2023). Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 1(02).