

Analisis Penentuan Keuntungan Berdasarkan Etika Bisnis Di Indonesia

Anjel Ezania Sihombing¹, Ajeng Windi Astuti², Lutfiah
Nur Azizah³, Bonaraja Purba⁴

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Email ; anjelezanias@gmail.com¹, putrasangketa760@gmail.com²,
lutfiahnzizah@gmail.com³, bonarajapurba@gmail.com⁴

***Abstract** Business ethics can be defined as knowledge about the ideal procedures for regulating and managing a business that takes into account norms and morality that apply universally and economically/socially, and the application of these norms and morality supports the aims and objectives of business activities. Determining profits based on business ethics is not always easy, so companies must pay attention to the fact that implementing business ethics is very important, because this can provide long-term benefits for the company and society as a whole. This research aims to find out how to determine profits based on business ethics in Indonesia. The method used in this research is a descriptive research method using a qualitative approach. The research results show that good business activities strive to achieve profits by paying attention to corporate social responsibility (CSR) and the application of business ethics in determining profits involves a balance between achieving financial goals and paying attention to social, environmental and moral impacts.*

Keywords: Business Ethics, Profit, Company.

Abstrak Etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penerapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis. Dalam menentukan keuntungan berdasarkan etika bisnis tidak selalu mudah, sehingga harus menjadi perhatian bagi perusahaan bahwa menerapkan etika bisnis itu sangat penting, karena hal ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana menentukan keuntungan berdasarkan etika bisnis yang ada di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan bisnis yang baik berupaya untuk meraih keuntungan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan penerapan etika bisnis dalam penentuan keuntungan melibatkan keseimbangan antara mencapai tujuan finansial dengan memperhatikan dampak sosial, lingkungan, dan moral

Kata kunci : Etika Bisnis, Keuntungan, Perusahaan.

LATAR BELAKANG

Ketika melaksanakan kegiatan bisnis tentunya etika bisnis sangat diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditentukan. Etika bisnis merupakan tata cara dalam mengimplementasikan nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip yang mengatur perilaku perusahaan dalam berinteraksi dengan karyawan, stakeholders, pelanggan, dan masyarakat umum. Di Indonesia, nilai-nilai norma sosial dan budaya berperan penting dalam bisnis sehingga para pelaku bisnis yang juga merupakan bagian dari masyarakat tidak dapat terpisah dari norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakatnya. Selain tidak bisa terpisahkan dari norma dan budaya yang ada di dalam masyarakat para pengusaha juga harus mengikuti norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku di kalangan dunia bisnis sehingga perusahaan perlu untuk mempertimbangkan etika bisnis dalam menentukan keuntungan mereka.

Menurut Muslich (2004: 9) etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas

Received Oktober 27, 2023; Revised November 02, 2023; Accepted Desember 03, 2023

* Anjel Ezania Sihombing, anjelezanias@gmail.com

yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan pengetrapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis. Sedangkan pendapat lain yaitu menurut Sumarni (1998: 21), Pengertian etika bisnis terkait dengan masalah menilai aktivitas dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran dalam berbisnis

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus bisa mempertahankan pasar yang mereka miliki, dan mengambil alih pasar yang sudah ada, sehingga perusahaan dituntut agar memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan strategi usaha yang ingin dijalankan. Banyaknya peluang bisnis di Indonesia telah mendorong usaha-usaha berkembang di Indonesia. Munculnya berbagai macam kegiatan bisnis, menunjukkan bahwa kegiatan bisnis menguntungkan. Bisnis juga telah memberikan kontribusi yang besar dalam kemajuan, ekonomi, sosial dan budaya, namun juga menimbulkan konsekuensi yang disebabkan oleh kegiatan perusahaan tersebut dimana berbagai kegiatan perusahaan dimungkinkan munculnya perilaku pelanggaran etika.

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Dalam memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan harus dapat mempertahankan pasar yang dimiliki, dan merebut pasar yang sudah ada, maka perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam merencanakan strategi usaha yang ingin dijalanannya namun tetpa memperhatikan etika bisnis yang berlaku karena etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Selain itu juga, terdapat hubungan yang erat antara etika bisnis dan persaingan usaha, terdapatnya aspek hukum dan aspek etika bisnis yang sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Munculnya persaingan yang tidak sehat disebabkan karena peranan hukum dan etika bisnis dalam persaingan usaha belum berjalan sebagaimana mestinya maka dari itu perusahaan-perusahaan di Indonesia harus mempertimbangkan tidak hanya faktor keuntungan finansial, tetapi juga prinsip-prinsip etika bisnis. Karena dengan diterapkannya etika bisnis dapat membantu pelaku usaha untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia harus memahami bahwa keuntungan yang diperoleh haruslah bersumber dari praktik bisnis yang sah dan adil, serta mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari operasional bisnis mereka. Ketika perusahaan menerapkan etika bisnis secara optimal dan konsisten, mereka dapat memetik beberapa manfaat, antara lain

meningkatkan reputasi perusahaan, memperoleh kepercayaan pelanggan, dan memaksimalkan keuntungan. Dimana kegiatan bisnis yang baik adalah bisnis yang berlandaskan etika. Jadi, apabila perusahaan menerapkan etika bisnis yang baik dan sesuai maka akan tercipta bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan menaati kaidah-kaidah etika, sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

Terlaksananya etika bisnis yang baik di dalam perusahaan, dapat membuat kepentingan bersama akan didahulukan dari pada kepentingan individu atau golongan. Hal ini menjadi salah satu manfaat dari etika bisnis yang berkontribusi besar di sebuah perusahaan, dan mungkin saja hal tersebut tidak akan bisa didapatkan bagi perusahaan yang tidak menerapkan etika bisnis secara permanen. Namun, dalam menentukan keuntungan berdasarkan etika bisnis tidak selalu mudah, sehingga hal ini harus menjadi perhatian bagi setiap perusahaan bahwa menerapkan etika bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya itu sangat penting, karena hal ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan. Namun, perusahaan juga harus memperhatikan keseimbangan antara mencari keuntungan dan menerapkan etika bisnis. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas penulis tertarik melakukan kajian tentang penentuan keuntungan yang sesuai dengan etika bisnis di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Etika Bisnis

Menurut Wahyu dan Ostaria (2006), etika (Yunani Kuno: “ethikos”, artinya “timbul dari kebiasaan”) adalah bidang utama filsafat yang mengkaji nilai atau kualitas. Kajian dan penerapan gagasan seperti benar dan salah, baik dan buruk, serta akuntabilitas semuanya termasuk dalam etika. Studi tentang kejahatan dan kewajiban moral serta hak dikenal sebagai etika. Sebagaimana dikemukakan Bekum (2004), etika adalah sistem aturan moral yang memisahkan benar dan salah. Karena membantu menentukan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan seseorang, maka etika merupakan cabang ilmu normatif. Kemudian pendapat Budi Prihatminingtyas dalam “Etika Bisnis Suatu pendekatan dan aplikasinya terhadap stake holder”. Etika Bisnis adalah pengetahuan tentang tata cara ideal dalam pengaturan dan pengelolaan antara lain: norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan berlaku secara ekonomi dan sosial. Pertimbangan yang diambil pelaku bisnis dalam mencapai tujuannya adalah dengan memperhatikan terhadap kepentingan & fenomena sosial dan budaya Masyarakat.

Prinsip Etika bisnis menurut Sonny Keraf (1998) Ada 5 prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan pedoman dalam menjalankan praktik bisnis, yaitu:

1. Prinsip Otonomi
2. Prinsip Kejujuran
3. Prinsip Keadilan
4. Prinsip Saling Menguntungkan
5. Prinsip Integritas Moral

Laba (Keuntungan)

Menurut Hannanto (2003), laba sering diartikan sebagai selisih antara pendapatan dan biaya selama periode waktu tertentu. Perbedaan antara pendapatan dan pengeluaran disebut keuntungan. Laba dihasilkan ketika pengeluaran lebih kecil dari pendapatan (Simamora, 2000). Selisih antara pendapatan dan laba setelah dikurangi biaya dan kerugian disebut laba. Laba ditentukan dengan menggunakan metode akuntansi akrual dan berfungsi sebagai ukuran aktivitas operasi (J Wild, KR Subramanyan, 2003). Berdasarkan definisi di atas, laba dapat diartikan sebagai selisih antara seluruh pendapatan dan beban suatu Perusahaan yang terjadi di suatu periode (Ahmad Ubaidillah dkk.) .

(Jungjung 2012:34-39) berpendapat pertumbuhan laba dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

1. Besarnya perusahaan. Biasanya ukuran perusahaan akan berdampak kepada kemampuan untuk menghasilkan laba. Semakin besar perusahaan maka kemampuan menghasilkan laba juga akan meningkat.
2. Umur perusahaan. Perusahaan dengan umur yang singkat akan mengalami kesulitan dalam memperoleh laba yang besar karena perusahaan belum cukup dikenal oleh masyarakat.
3. Tingkat penjualan. Sumber laba yang utama adalah penjualan, oleh karena itu semakin tinggi tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan maka akan meningkatkan laba juga \
4. Perubahan laba masa lalu. Ketika laba dimasa lalu terlalu tinggi maka perusahaan semakin sulit untuk meningkatkannya dimasa yang akan datang.
5. Tingkat leverage. Utang yang tinggi akan mengurangi laba karena perusahaan berkewajiban dalam membayar hutang serta beban atas pinjaman tersebut.

Bisnis

Sukirno (2010:20) mengartikan bisnis sebagai suatu usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan. Semua individu, maupun kelompok, terlibat dalam aktivitas. Tujuan bisnis tidak diragukan lagi adalah menghasilkan keuntungan untuk menghidupi diri sendiri. Tidak ada seorang pun yang memasuki dunia bisnis dengan niat merugi. Bisnis adalah suatu organisasi

yang dibentuk untuk menyediakan barang dan jasa kepada konsumen, menurut Madura (2010:2). Maka dari pengertian diatas defenisi dari bisnis adalah Bisnis adalah kegiatan ekonomi yang melibatkan produksi atau pemberian barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Bisnis dapat dilakukan oleh individu, perusahaan, atau lembaga yang beroperasi dalam berbagai sektor ekonomi.

Perusahaan

Menurut Molengraf (Husada 2019) Adapun pengertian dari Perusahaan merupakan entitas bisnis yang melakukan kegiatan dalam waktu terus menerus yang bertujuan memperoleh keuntungan. kemudian Pengertian perusahaan umum menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.19 Tahun 2003 pasal 1 Tentang BUMN adalah perusahaan umum yang selanjutnya disebut dengan Perum adalah BUMN yang seluruh modalnya dimiliki negara dan tidak terbagi atas saham. Tujuan perusahaan adalah kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

Menurut Kasmir (2008:2) Setiap perusahaan memiliki berbagai macam tujuan, yaitu:

1. Memperoleh laba yang optimal atas usaha yang dijalankan
2. Usaha yang dijalankan diharapkan tidak hanya untuk satu periode kegiatan saja.
3. Mampu menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa untuk kepentingan masyarakat
4. Dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dimana data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, namun berasal dari literatur jurnal yang sesuai dengan topik penelitian. Metode ini fokus pada pengamatan yang mendalam. Menurut Sugiyono (2022) metode penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Penelitian kualitatif yang memperhatikan humanisme atau individu manusia dan perilaku manusia merupakan jawaban atas kesadaran bahwa semua akibat dari perbuatan manusia terpengaruh pada aspek-aspek internal individu. Teknik yang

digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu adalah dengan menggunakan metode studi pustaka, yang dilakukan dengan mempelajari referensi referensi artikel dan browsing internet, serta literature jurnal yang berhubungan dengan topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu peran yang sangat penting dalam menerapkan etika bisnis perusahaan dilihat dari pandangan dan nilai organisasi. Nilai-nilai tersebut menggambarkan keadaan terhadap keyakinan dasar, norma, maupun prinsip-prinsip yang ditanamkan oleh pemimpin yang ada di perusahaan tersebut. bagaimana nilai-nilai dilaksanakan dalam budaya organisasi bisa memberikan pedoman dalam budaya organisasi bisa memberikan panduan mengenai bagaimana etika bisnis diimplementasikan dalam kehidupan sehari sehari.

Di indonesia sendiri nilai-nilai organisasi sudah ada untuk diterapkan di perusahaan-perusahaan atau para pebisnis indonesia. dilansir dari pa-sanggau.go.id beberapa nilai-nilai ini ialah pertama bersyukur kepada Allah SWT (sanggau, 2023). Pentingnya nilai bersyukur kepada Allah SWT dalam konteks organisasi mencerminkan spiritualitas dan keyakinan yang ditanamkan dalam budaya organisasi. Kegagalan dalam menjalankan usaha pasti bisa terjadi kapan saja. Kemudian bagaimana cara kita untuk bangkit dalam kegagalan tersebut harus dilalui dengan kesabaran. Ketika pebisnis bersyukur untuk bangkit dalam menghadapi kegagalan tersebut, maka pebisnis tersebut bisa mengembangkan usaha lebih baik lagi dan mendapatkan keuntungan kembali. Kegagalan tersebut bisa menjadi pelajaran bagi mereka untuk menghadapi kegagalan-kegagalan yang akan terjadi dikemudian hari.

Kegagalan-kegagalan ini sering dialami oleh para pebisnis di indonesia. contohnya seperti pebisnis ruben onsu yang pernah mengalami kegagalan terhadap usahanya Geprek Benu (tarigan, 2019). Akan tetapi ruben onsu dapat bangkit kembali atas keberanian dan rasa syukur dalam menjalankan usahanya. Ia berpesan kepada para pebisnis bahwa kegagalan harus dihadapi dengan keberanian, bersyukur serta percaya bahwa semua para pebisnis dapat mendapatkan kesuksesan. Dari sini bisa dilihat bahwa adanya rasa syukur dalam menjalankan usaha akan mendapatkan keuntungan yang baik dan rasa syukur juga merupakan salah satu etika bisnis yang harus dipatuhi/dijalankan.

Nilai-nilai ini membentuk dasar yang kuat untuk membimbing tindakan dan keputusan organisasi dalam kerangka kepatuhan, rasa syukur, dan tanggung jawab terhadap penciptaan. Tujuan adanya nilai dengan bersyukur kepada Allah ini adalah untuk menciptakan dasar keimanan yang mendalam di dalam organisasi, memandu organisasi untuk menjalankan operasinya sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, menciptakan kesadaran tentang

tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bentuk ekspresi syukur terhadap nikmat dan keberlimpahan yang diterima, menciptakan budaya kerja yang positif dan kolaboratif, serta menciptakan sikap mental yang kuat dan ketangguhan dalam menghadapi tantangan.

Nilai nilai organisasi yang kedua ialah Pelayanan Prima atau Excellent Service adalah nilai organisasi yang menggambarkan komitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan atau pemangku kepentingan. Ini melibatkan upaya maksimal untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, menciptakan pengalaman positif, dan memberikan nilai tambah. Nilai Pelayanan Prima mencerminkan orientasi kuat terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan. Organisasi yang mengedepankan nilai ini menempatkan pelanggan sebagai pusat segala keputusan dan strategi. Mereka berusaha memahami keinginan pelanggan, memberikan solusi yang efektif, dan secara konsisten beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar.

Hal ini biasa terjadi di Indonesia, seperti di hotel-hotel, rumah makan atau restoran, bank, mini market dan lain-lain. Mereka berusaha melayani para konsumen dengan baik, memberikan sikap yang ramah, penuh perhatian, dan menjadi garda terdepan jika terjadi permasalahan terhadap pelanggannya. Disini dapat dilihat bahwa dengan adanya pelayanan prima ini bisa menjadi keuntungan para perusahaan atau pebisnis.

Ketiga, Profesionalisme adalah nilai organisasi yang mencerminkan tingkat keterampilan, integritas, dan perilaku etis dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Nilai ini menciptakan budaya kerja yang fokus pada tingkat profesionalisme yang tinggi, baik dalam hubungan internal maupun eksternal. Profesionalisme memerlukan tingkat keterampilan dan pengetahuan yang tinggi dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab. Organisasi yang mengedepankan nilai ini memastikan bahwa anggota tim memiliki keahlian yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan dengan efektif. Mereka terus-menerus meningkatkan keterampilan mereka melalui pelatihan dan pengembangan.

Di Indonesia, profesional merupakan hal penting yang harus diterapkan dan memiliki dampak positif untuk kesuksesan suatu perusahaan. Contoh di Indonesia sendiri ialah seperti PT Pertamina, PT Telkom Indonesia, PT Bank Mandiri, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Astra Internasional Tbk. Hal ini terbukti dari penghargaan yang mereka terima, kepatuhan aturan dan kebijakan perusahaan, tanggung jawab perusahaan-perusahaan tersebut, dan lain-lain. Dengan adanya profesionalisme yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan ini, mereka bisa mendapatkan kepercayaan kepada klien-kliennya. Sehingga mereka mau bekerjasama dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak lagi.

Keempat, Kedisiplinan adalah nilai organisasi yang menekankan pada komitmen terhadap aturan, tanggung jawab, dan tindakan yang terarah. Nilai ini menciptakan dasar yang kuat untuk mencapai tujuan organisasi dengan efisien dan efektif. Kedisiplinan dalam organisasi mencakup kepatuhan terhadap aturan dan prosedur yang ditetapkan. Anggota tim diharapkan untuk mengikuti panduan dan kebijakan organisasi, menciptakan lingkungan yang terstruktur dan konsisten. Kepatuhan ini membantu mencegah kekacauan, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan dasar yang kuat untuk pencapaian tujuan.

Salah satu contoh penerapan kedisiplinan dalam berorganisasi yang ada di Indonesia adalah ASN (Aparatur Sipil Negara). ASN merupakan suatu instansi pemerintahan di Indonesia yang merupakan profesi pegawai negeri sipil dan pegawai pemerintah. ASN ini menerapkan kedisiplinan yang sangat teratur dalam mendorong semangat kerja serta mencapai tujuan dan target yang hendak dicapai (kanwil, 2021). Sehingga mereka mendapatkan keuntungan dalam hal peningkatan kualitas pelayanan publiknya.

Kelima, Dapat dipercaya dan diandalkan (Credible) adalah nilai organisasi yang esensial dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, mitra, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Nilai ini mencerminkan kejujuran, integritas, dan konsistensi dalam setiap interaksi dan keputusan. Dapat dipercaya dan diandalkan menciptakan fondasi yang kuat berupa integritas. Integritas merupakan landasan dari kepercayaan, dan organisasi yang menekankan nilai ini berkomitmen untuk bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika. Kejujuran dan integritas menjadi panduan dalam setiap interaksi, menciptakan hubungan yang kokoh dengan semua pemangku kepentingan.

Nilai organisasi yang “dapat dipercaya” penting untuk membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan seperti pelanggan, mitra, dan karyawan. Di Indonesia, nilai tersebut telah diterapkan oleh berbagai perusahaan besar seperti PT Pertamina, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, PT Bank Central Asia Tbk, dan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perusahaan sendiri telah membangun reputasi yang dapat dipercaya dan baik di mata masyarakat, baik dari segi pelayanan, keandalan produk, dan keterbukaan usaha. Hal ini tercermin dari posisi perusahaan terbesar di Indonesia dengan penjualan dan laba bersih yang tinggi serta loyalitas pelanggan yang tinggi. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan besar di Indonesia telah mengamalkan nilai “Kredibel”, memperoleh kepercayaan dan dukungan kuat dari semua pihak yang terlibat, serta meningkatkan keuntungan.

Dengan adanya nilai-nilai organisasi di Indonesia yang telah dijelaskan sebelumnya, seperti Etika Bisnis, Pelayanan Prima, Profesionalisme, Kedisiplinan, dan Dapat Dipercaya dan

Diandalkan, dapat memberikan dampak positif pada keadaan etika bisnis di Indonesia jika diimplementasikan secara luas dan konsisten di berbagai lapisan masyarakat dan organisasi.

Nilai Etika bisnis yang keenam yaitu “keadilan”, pemilik usaha baik skala besar dan kecil perlu menerapkan keadilan pada sistematisasi perusahaannya, konteks keadilan disini dari segi konsumen dan pekerja di Perusahaan tersebut. Seperti yang tertulis pada pasal 5 dan 6 Undang – Undang No. 13 tahun 2003 mengenai tenaga kerja, pemerintah menjamin pekerja untuk mendapat hak dan perlakuan yang sama tanpa adanya diskriminasi dalam bentuk apapun. Bisnis yang berjangka Panjang adalah bisnis yang memperhatikan pemenuhan hak antara konsumen , pekerja dan pihak yang terkait lainnya.

Adapun penerapan prinsip keadilan pada konsumen ialah dengan mensamaratakan setiap konsumen , dimana para pelaku bisnis memberikan harga dagangannya dengan harga yang sama kepada setiap kalangan konsumen atau dengan kata lain pelaku bisnis tidak memihak kepada langganan maupun konsumen baru. Dengan adanya penerapan prinsip ini maka usaha tersebut telah berkontribusi dalam mementingkan kepentingan orang lain dan tidak merugikan pihak- pihak yang terkait. Begitu juga untuk keadaan internal usaha atau bisnis dimana pelaku usaha juga tidak diperkenankan untuk merugikan karyawan namun sebaliknya Perusahaan atau bisnis harus memberikan pemenuhan hak secara adil keseluruh pegawai dan pekerja yang ada di bisnis tersebut. Dimana bentuk – bentuk keadilan ini dapat berupa gaji yang diberikan dimana setiap pemilik bisnis harus memberikan pembagian gaji yang setara dan sama sesuai dengan jabatan pekerjaan dan kontribusi para pekerja meningkatkan produktifitas. Lalu Perusahaan atau usaha kecil sekalipun harus memastikan di lingkungan bisnis tidak terdapat diskriminasi gender, hal ini akan berkaitan dengan kondisi yang tidak kondusif di dalam usaha sehingga akan menimbulkan masalah produktivitas produk usaha tersebut, adanya produktifitas yang tidak lancar akan membuat produk yang dipasarkan juga akan menipis sehingga mempengaruhi keuntungan dalam perusahaan atau bisnis tersebut dan yang terakhir usaha bisnis harus memfasilitasi sarana pengembangan kemampuan karyawannya, dimana pada masa saat ini globalisasi terjadi begitu cepat sehingga bisnis dipaksa untuk mengikuti trend yang disukai pasar supaya produk teteap terjual, maka dengan adanya kondisi ini pelaku bisnis akan melakukan inovasi yang baru pada produknya sehingga dengan adanya kebaruan produk diperlukan kemampuan dan skill yang mumpuni untuk menyeimbangkan permintaan pasar, terjadinya penambahan inovasi produk ini juga akan mempengaruhi keuntungann yang didapat usaha bisnis.

Kasus nyata tidak terjdinnya penerapan etika bisnis nilai keadilan yaitu terjadi pada Perusahaan PT Sai Apparel, dikutip dari CNN Indonesia bahwasannya Perusahaan PT Sai Apparel tersebut tidak menerapkan etika bisnis yaitu keadilan dalam lingkungan perusahaannya dimana Perusahaan tersebut tidak membayar gaji dan lemburan karyawannya sejak September 2022, dengan adanya kondisi ini maka Perusahaan telah merugikan pihak pekerja dan melanggar ketentuan dalam berbisnis, hal ini lah yang akan menjadi dasar menurunnya produktifitas produksi dikarenakan pegawai yang tidak dibayar dan juga menurunnya kepercayaan konsumen. menurunnya produksi akan berimbas pada keuntungan yang didapat.

Etika yang ke tujuh yang harus dimiliki pebisnis dalam melakukan bisnis nya yaitu “menghargai hak kepemilikan”, maksud dari etika bisnis ini ialah setiap usaha ataupun Perusahaan dalam mengembangkan produk perusahaannya haruslah memakai ide yang lahir dari pemikiran sendiri dimana dalam praktek bisnis tidak boleh memplagiarisme ide ataupun karya usaha lain tanpa izin ataupun tidak memberikan intensif kepada pemilik tersebut. Dalam Bisnis lumrah yang namanya amati, meniru lalu modifikasi, yang dimana pelaku usaha diperbolehkan untuk meniru produk bisnis lain namun dengan syarat memodifikasi produk tersebut sesuai ciri khas Perusahaan sendiri. Hal ini terjadi dikarenakan setiap Perusahaan harus mengikuti permintaan pasar sehingga, ketika produk di pasaran mirip-mirip, kondisi inilah yang disebut persaingan bisnis yang dimana ini dilakukan pebisnis untuk menjangkau pasar konsumen yang lebih luas dari berbagai kalangan.

Etika bisnis yang perlu diterapkan di setiap usaha adalah setiap usaha diharapkan untuk melindungi kepemilikan usaha mereka seperti hak paten/ cipta , merek dagang serta izin pendirian usaha. Hal ini bermanfaat jika sewaktu -waktu perusahaan melakukan kerjasama terhadap perusahaan lain maka tidak ada perselisihan label penciptaan produk sehingga tidak ada masalah pengklaiman produk , kemudian dengan adanya merek dagang konsumen akan lebih cepat mengenal produk dari Perusahaan tersebut sehingga hal ini akan memudahkan konsumen mencari produk dipasaran. Dengan dikenalnya merek produk kita maka hal ini akan menambah keuntungan pada usaha tersebut. Seperti contoh nyatanya merek dagang lemonilo ,lemonilo adalah Mie instan keluaran terbaru yang dimana mie instan ini memiliki perbedaan dengan mie instan lainnya, letak perbedaannya ialah lemonilo merupakan mie sehat dikarenakan produk lemonilo ini menjamin bahwa pembuatan mie nya tidak menggunakan bahan pengawet dan rendah gluten ataupun kalori .adanya inovasi pada produknya membuat konsumen akan lebih tertarik dan juga konsumen akan mengingat merek dagang dari lemonilo

ini, hal inilah yang akan berdampak pada permintaan di pasar yang diman berdampak naiknya keuntungan di Perusahaan lemonilo tersebut.

“Transparansi” etika bisnis yang kedelapan , dalam berbisnis setiap Perusahaan haruslah memiliki sumber daya manusia yang unggul .adannya kualitas manusia ini dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, khususnya pada Bagian laporan keuangan yang ada di Perusahaan tersebut , laporan keuangan haruslah transparan dimana alur masuk dan keluar dana dari Perusahaan harus lah jelas dan struktur hal ini tidak bisa dikembangkan jika memiliki kualitas manusia yang rendah. Prinsip transparansi berguna untuk mengembangkan laporan keuangan yang berstandar akuntansi sehingga dapat menjamin laporan keuangan yang berkualitas dan juga menyediakan informasi keuangan yang akurat dan jujur kepada pemangku kepentingan, berkualitasnya laporan juga akan memengaruhi yang namanya pengambilan keputusan , pengambilan keputusan yang kurang tepat akan memberikan efek jelek bagi perusahaan maupun suatu bisnis dengan begini Perusahaan juga akan mengalami penurunan profit begitupun sebaliknya jika suatu bisnis mengambil keputusan yang tepat maka hal ini akan berdampak kepada keuntungan bisnis tersebut. Seperti yang dikutip dari Kumparan bahwa PT Jiwasraya melakukan *window dressing* pada laporan keuangannya sejak tahun 2006. Tetapi audit laporan keuangan PT Jiwasraya baru dilakukan pada tahun 2017 dan hasil audit membuktikan bahwa tidak terlaksananya prinsip transparansi.hal ini berdampak pada dana di Perusahaan asuransi tersebut dimana Jiwasraya mengalami tekanan likuiditas sehingga ekuitas perseroan tercatat negative Rp 23,92 triliuin serta terjadinya Tindakan korupsi pada Perusahaan asuransi tersebut, membuat Jiwasraya bangkrut.hal ini bisa menjadi acuan bagi bisnis lainnya untuk selalu menerapkan etika bisnis yaitu Transparansi dalam mengelola bisnis sehingga keuntungan dapat tercapai.

Dan yang terakhir etika dalam berbisnis ialah tanggung jawab sosial dari pelaku bisnis ke masyarakat dan lingkungan atau dengan kata lain CSR (Corporate Social Responsibility). dengan diterapkannya etika bisnis CSR pada bisnis dapat membantu membangun dan memperkuat reputasi perusahaan di mata konsumen dan masyarakat umum. Konsumen cenderung lebih suka berbisnis dengan perusahaan yang dianggap bertanggung jawab secara sosial, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan merangsang pertumbuhan penjualan. lalu dengan adanya penerapan etika bisnis ini memberikan konsep yang berbeda dari perusahaan lainn maka hal ini akan berdampak pada ketertarikan konsumen, dengan tertariknya konsumen maka keuntungan juga bertambah dan juga merapkan CSR ini memberikan peluang kepada pelaku bisnis ataupun perusahaan untuk membangun mitra yang

kuat antara pemerintah, masyarakat dan pihak lainnya. contoh Perusahaan yang menerapkan konsep CSR adalah The Coca Cola Company diman mereka berfokus pada akses air bersih dan sanitasi, sehingga Coca-Cola membangun dan memelihara infrastruktur air bersih, seperti sumur dan sistem penyaringan air di berbagai negara yang mengalami kekurangan air bersih. Program ini menjadi daya Tarik tersendiri di pandangan Masyarakat dan akan mempengaruhi penjualan produk Coca cola sehingga berdampak pada keuntungan yang didapat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan etika bisnis dalam penentuan keuntungan melibatkan keseimbangan antara mencapai tujuan finansial dengan memperhatikan dampak sosial, lingkungan, dan moral. Bisnis yang mengintegrasikan etika dalam kebijakan dan praktiknya berupaya untuk meraih keuntungan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dengan memastikan transparansi, kualitas produk atau layanan, dan hubungan yang adil dengan pemangku kepentingan, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik , meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan persaingan yang sehat antar pebisnis. Sehingga hal ini tidak hanya mendukung keberlanjutan bisnis jangka panjang tetapi juga memberikan nilai tambah bagi masyarakat dan lingkungan. Etika bisnis yang teraplikasi dengan baik dapat menciptakan kesinambungan antara pencapaian keuntungan dan keuntungan bagi sekitarnya.

Saran yang dapat diberikan penulis kepada seluruh Stakeholder atau pemuka kepentingan bisnis serta tenaga kerja di dalam bisnis untuk Bersama -sama menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif dengan menerapkan etika bisnis dalam pengelolaan perusahaan. Dengan diterapkannya etika ini maka akan berdampak pada peningkatan profit pada Perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2021, Oktober 15). *Etika Bisnis menurut Para Ahli*. Retrieved from Magister Ilmu Administrasi UMA: <https://map.uma.ac.id/2021/10/etika-bisnis-menurut-parah-ahli/>
- Angelika Jane, A. Z. (2021). Prinsip-prinsip yang Mempengaruhi Stakeholder Perseroan Terbatas : Keadilan dan Transparansi (Kajian Pustaka Etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol 2(5) , 577-588.
- Aviatri Pratanita, Nilasari Ayunda. (2021). Analisis penerapan etika bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaan dagang. *Journal of Accounting and Finance*, Vol 6(2), 194-205.
- Butarbutar, B. (2019). Peranan Etika Bisnis Dalam Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187-195

- Ernawan Abdul, Fourqoniah Finnah .(2021). Penerapan Etika Bisnis dalam Kegiatan Produksi pada sektor perdagangan (Studi pada rumah potong hewan tanah merah samarinda). *Jurnal Ilmu Sosial dan pendidikan*, Vol 2(5), 362-374.
- Hasoloan Aswand.(2018). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta Edisi* :57.
- kanwil. (2021, oktober 12). kedisiplinan merupakan tanggungjawab ASN. Retrieved from banten.kemenkumham.go.id: <https://banten.kemenkumham.go.id/berita-kanwil/berita-utama/7601-kedisiplinan-merupakan-tanggungjawab-asn>.
- Prihatminingtyas Budi.(2019). Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholder. Malang: CV IRDH.
- Sanggau, p. a. (2023, november 23). nilai nilai organisasi. Retrieved from pa-sanggau.go.id: <https://www.pa-sanggau.go.id/nilai-nilai-organisasi>
- Sihombing Halomoan.(2018). Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014. *Jurnal Media Studi Ekonomi*, Vol 21(1).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tarigan, m. (2019, januari 03). pernah gagal, simak pesan ruben onsu untuk bisa sukses bisnis. Retrieved from tempo.co: <https://gaya.tempo.co/read/1161257/pernah-gagal-simak-pesan-ruben-onsu-untuk-bisa-sukses-di-bisnis>
- Tiswiyanti Wiwik.(2018). Pemahaman laba dan Penentuan laba bagi pedagang kaki lima (depan kampus Universitas Jambi Mendalo). *Journal Of Accounting and Finance*. Vol 3(2)