

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Etis dalam Bisnis

Devina Shava Amalia ^{1*} Ataina Rasyda Fauziyah ², Tries Ellia Sandari ³

¹⁻³ Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Alamat: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118

Korespondensi penulis: 1222200102@surel.untag-sby.ac.id *

Abstract. Business ethics here does not only talk about human behavior towards nature but talks about the relationship between all the life of the universe, between humans and humans who have an impact on nature, and between humans and other creatures or with nature as a whole, including political and economic policies that relate or have a direct impact or not with nature. The method used in this research is descriptive qualitative because it tries to explain without making comparisons or connecting with other variables. It was found that business ethics is a pillar that is not only important for sustainability but also for growth and competitiveness. Consistently applied ethical principles can create long-term value and strengthen the company's relationship with all related parties.

Keywords: Business ethics, ethical behavior, factors

Abstrak. Etika bisnis disini tidak hanya membicarakan mengenai perilaku manusia terhadap alam namun berbicara mengenai hubungan antara semua kehidupan alam semesta, antara manusia dengan manusia yang memiliki dampak terhadap alam, dan antara manusia dengan makhluk lain atau dengan alam secara keseluruhan, termasuk dengan kebijakan politik dan ekonomi yang berhubungan atau berdampak langsung atau tidak dengan alam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif karena berusaha menjelaskan tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Didapatkan hasil bahwa etika bisnis adalah pilar yang bukan hanya penting untuk keberlanjutan tetapi juga untuk pertumbuhan dan daya saing. Prinsip-prinsip etika yang diterapkan dengan konsisten dapat menciptakan nilai jangka panjang dan memperkuat hubungan perusahaan dengan semua pihak terkait.

Kata kunci: Etika bisnis, perilaku etis, faktor-faktor

1. LATAR BELAKANG

Perilaku etis merupakan hal yang sangat penting untuk dimiliki oleh mahasiswa akuntansi, karena mahasiswa akuntansi merupakan calon akuntan maupun auditor di masa depan. Perilaku etis pada mahasiswa ditunjukkan dengan perilaku yang sesuai dengan norma-norma yang berlaku di perguruan tinggi. Sekarang ini, isu-isu etika dalam dunia bisnis di Indonesia terkait pelanggaran etika yang dilakukan oleh akuntan maupun auditor membuat perhatian masyarakat menjadi meningkat.

Profesi akuntan harus bersikap sesuai dengan etika profesi akuntansi yang diatur oleh Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI), Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), Institut Akuntan Manajemen Indonesia (IAM), dan Asosiasi Auditor Intern Pemerintah Indonesia (AAIPI). Hal tersebut merupakan persyaratan wajib yang harus dipenuhi oleh profesi akuntan mengingat reputasi profesi akuntan sangat dipertaruhkan jika terjadi suatu skandal atau kasus dan ada pihak yang dirugikan.

Dalam menjalankan suatu bisnis, penerapan etika bisnis menjadi faktor yang berperan penting untuk mempertahankan kelangsungan usaha di berbagai sektor, tak terkecuali perusahaan dagang. Etika bisnis diperlukan dalam rangka mencapai tujuan organisasi bisnis yang sudah ditentukan. Kegiatan bisnis perdagangan yang berlandaskan etika akan menghindarkan perusahaan dari berbagai pelanggaran yang dilakukan oleh oknum maupun pelaku bisnis di sektor perdagangan yang membuat stabilitas pada kelangsungan usaha tersebut terganggu. Dengan demikian, bisnis perdagangan dapat berjalan tanpa merugikan pihak lainnya (Elfina Lebrine, 2010).

Etika bisnis disini tidak hanya membicarakan mengenai perilaku manusia terhadap alam namun berbicara mengenai hubungan antara semua kehidupan alam semesta, antara manusia dengan manusia yang memiliki dampak terhadap alam, dan antara manusia dengan makhluk lain atau dengan alam secara keseluruhan, termasuk dengan kebijakan politik dan ekonomi yang berhubungan atau berdampak langsung atau tidak dengan alam. Kemajuan teknologi saat ini sangat mendukung berkembangnya sebuah bisnis (Putri, 2021).

Pelanggaran etika bisnis dilakukan oleh pihak-pihak yang mengerti etika bisnis. Dilakukan dengan sengaja karena faktor ingin mengejar keuntungan dan menghindari kewajiban-kewajiban yang selayaknya harus dipatuhi. b) Keputusan bisnis sering diambil dengan mengesampingkan norma-norma atau aturan-aturan yang berlaku, misalnya Undang-Undang perlindungan Konsumen. Keputusan bisnis sering mengedepankan materi atau mengejar target perolehan keuntungan jangka pendek semata.

Berdasarkan uraian yang telah peneliti sampaikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perilaku Etis dalam Bisnis: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi”**.

2. KAJIAN TEORITIS

Etika dan Bisnis

Echdar dan Maryadi (2019:22) mengemukakan bahwa etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencangkup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu perusahaan, atau juga masyarakat.

Perilaku Etis

Sikap bukanlah perilaku, tetapi sikap menghadirkan suatu kesiapsiagaan untuk tindakan yang mengarah pada perilaku. Oleh karena itu, sikap merupakan wahana dalam membimbing perilaku. Sikap tidak sama dengan nilai, tetapi keduanya saling berhubungan. Tiga komponen

sikap yaitu pengertian (cognition), pengaruh (affect), dan perilaku (behavior). Komponen perilaku dari suatu sikap merujuk pada suatu maksud untuk berperilaku dengan suatu cara tertentu terhadap seseorang atau sesuatu. Sikap telah dipelajari, dikembangkan dengan baik, dan sukar diubah. Orang-orang memperoleh sikap dari pengalaman pribadi, orang tua, panutan dan kelompok sosial (Arfan Ikhsan Lubis, 2011: 78).

Prinsip Etika Bisnis

Prinsip Kejujuran Etika Bisnis Para pebisnis dituntut memiliki prinsip kejujuran agar bisa mendapatkan kunci sukses yang bertahan lama. Jika ada pengusaha yang tidak jujur dan curang, kemungkinan besar tidak akan ada pelaku usaha yang mau bekerja sama. Kejujuran sendiri biasanya dikaitkan dengan harga barang yang sudah ditawarkan. (Suwarni & Handayani, 202).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif karena berusaha menjelaskan tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian ini berusaha mendeskripsikan perilaku etis dalam berbisnis dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Data dalam penelitian ini diperoleh studi kepustakaan dengan mengumpulkan serta mengidentifikasi jurnal, penelitian terdahulu yang terkait, dan berita-berita yang jelas serta dapat dipercaya sumbernya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menerapkan etika bisnis bukan hanya merupakan kewajiban moral, tetapi juga menjadi strategi cerdas bagi perusahaan untuk menjaga reputasi, membangun hubungan yang baik antara pelaku bisnis, dan mencapai kesuksesan jangka panjang. Agar dapat mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan bisnis, perusahaan harus memperhitungkan konsekuensi lingkungan dan sosial dari tindakan mereka, serta menghindari praktik yang dapat merugikan masyarakat secara keseluruhan. Etika bisnis memainkan peran penting dalam menciptakan perusahaan yang kuat, kompetitif, dan mampu menciptakan nilai yang tinggi, dengan membangun fondasi yang kuat untuk mencapainya. Kepemimpinan di dalam perusahaan harus mampu memperkuat prinsip-prinsip etis dan mengintegrasikannya ke dalam strategi dan kebijakan perusahaan.

Teori etika membantu dalam menentukan penilaian etis atau tidaknya suatu perilaku. Alasan benar atau tidaknya perilaku yang dilakukan seseorang dapat didukung dengan teori etika. Ada 4 (empat) teori etika yang paling penting menurut Bertens (2013, 63) yaitu:

- a. Utilitarianisme; Menurut teori ini, perbuatan yang etis adalah perbuatan yang memberi manfaat untuk banyak orang. Kriteria untuk teori ini adalah the greatest happiness of the greatest number atau kebahagiaan terbesar yang dirasakan jumlah orang terbesar.
- b. Deontologi; Menurut teori ini, perbuatan yang baik bukan dinilai dari akibat atau tujuannya, namun karena perbuatan itu adalah kewajiban yang harus dilaksanakan. Dengan kata lain, perbuatan yang baik adalah perbuatan yang dilakukan karena kewajiban dan perbuatan yang buruk adalah perbuatan yang dilarang untuk dilakukan
- c. Teori hak; Menurut teori ini, perbuatan yang etis adalah perbuatan yang tidak menyalahi atau melanggar hak-hak orang lain. Setiap orang memiliki hak untuk diperlakukan dengan baik, sehingga perbuatan yang etis harus memperlakukan orang lain dengan baik, tidak boleh ada hak-hak yang dilanggar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi etika dalam bisnis sangat beragam dan dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Berikut adalah penjelasan mengenai faktor-faktor tersebut:

Faktor Eksternal

- 1. Persaingan Kompetitif:** Tekanan dari kompetitor sering kali mendorong perusahaan untuk mengambil keputusan yang mungkin tidak etis demi mempertahankan atau meningkatkan posisi pasar mereka.
- 2. Kondisi Ekonomi:** Situasi ekonomi yang buruk dapat mempengaruhi keputusan etis, di mana perusahaan mungkin merasa terpaksa untuk mengorbankan prinsip etika demi kelangsungan hidup.
- 3. Regulasi dan Kebijakan Pemerintah:** Kebijakan pemerintah dan regulasi yang ketat dapat mendorong perusahaan untuk beroperasi secara etis, namun sebaliknya, kurangnya regulasi dapat menciptakan celah bagi praktik tidak etis.

Faktor Internal

- 1. Budaya Perusahaan:** Budaya yang mendukung etika dan integritas akan mendorong karyawan untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai tersebut. Sebaliknya, budaya yang pragmatis dapat menyebabkan pelanggaran etika.

2. Karakter Individu: Moralitas dan karakter individu dalam organisasi juga berperan penting. Karyawan dengan pemahaman etika yang kuat cenderung membuat keputusan yang lebih baik.

3. Pengetahuan tentang Etika: Tingkat pendidikan dan kesadaran karyawan mengenai pentingnya etika dalam bisnis juga mempengaruhi perilaku mereka dalam pengambilan Keputusan

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian berikut ini:

1. Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perusahaan: Studi Literatur Faktor Pendukung dan Tantangan” dilakukan analisis untuk mengetahui penerapan etika bisnis dalam perusahaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Etika bisnis melibatkan penilaian terhadap perilaku yang dianggap sesuai atau tidak sesuai dengan standar etis dalam menjalankan bisnis. Penting bagi perusahaan untuk menjalankan bisnis dengan mematuhi etika bisnis guna memastikan kelangsungan perusahaan. Jika suatu perusahaan tidak memperhatikan etika bisnis dan melanggar hukum, maka kemungkinan besar perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama.
2. Dalam Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Etis Mahasiswa Akuntansi dijelaskan bahwa secara parsial kebijakan kecerdasan emosional, kecerdasan spiritual dan pemahaman kode etik akuntansi berpengaruh terhadap perilaku etis mahasiswa akuntansi, sedangkan kecerdasan intelektual tidak berpengaruh terhadap perilaku etis mahasiswa akuntansi.
3. Dalam Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi tantangan dalam etika bisnis ditemukan bahwa dalam setiap bisnis untuk selalu mencari profesional dan beretika. Dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh manusia, selalu diikuti oleh norma-norma dan etika yang harus dipenuhi tidak mengganggu dan merugikan orang lain. Namun semakin banyak bisnis yang dijalankan, akan meningkatkan risiko kerusakan lingkungan jika bisnis tersebut tidak sesuai dengan etika yang ada. Bisnis yang etis adalah bisnis yang dapat memberi manfaat maksimal pada lingkungan, bukan sebaliknya, menggerogoti keserasian lingkungan.
4. Penelitian yang berjudul “faktor yang Mempengaruhi Pelanggaran Etika Bisnis” ditemukan bahwa Para pelaku pelanggaran etika bisnis terkadang hanya terfokus pada pertimbangan keuntungan finansial dan mengabaikan pertimbangan etika. Berbeda dengan faktor pertama, pada kondisi ini bukan karena karakter buruk, pelaku bisa saja

berkarakter baik hanya saja tidak memiliki imajinasi moral yaitu kreativitas dalam menentukan pilihan-pilihan yang etis.

5. Penelitian yang berjudul “ Peran Etika Bisnis dalam Membangun Kepercayaan Konsumen” menunjukkan bahwa peran etika bisnis memiliki dampak yang signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen. Dari analisis literatur, ditemukan bahwa teori etika bisnis, kepercayaan konsumen, tanggung jawab sosial perusahaan (csr), dan keputusan konsumen, secara positif mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu perusahaan atau merek.

Melihat banyaknya pelanggaran etika yang terjadi antara perusahaan dan stakeholder memunculkan asumsi bahwa ada hal-hal yang mempengaruhi etika bisnis, berikut ini beberapa di antaranya:

1. Pressure yang didapat karena persaingan kompetitor

Pada dasarnya kompetitor adalah pesaing bisnis dan mereka sudah sangat umum ada di dunia bisnis, untuk mampu bersaing dengan kompetitor dibutuhkan desakan untuk meningkatkan performa bisnis.

2. Kondisi ekonomi

Dalam hubungan eka dan ekonomi, Ilmu ekonomi menyediakan berbagai perkembangan yang berkaitan dengan berbagai pilihan yang bersifat ekonomi baik bagi individu maupun perusahaan.

Alasan utama berkaitan dalam berbagai pilihan adalah untuk memaksimalkan utility. Etika memberikan berbagai permbangan selain permbangan bersifat ekonomi dengan berbagai alasannya, termasuk kebenaran, keadilan dan nilai-nilai diluar ekonomi.

3. Kesalahan operasional

Kesalahan operasional dapat terjadi karena kesalahan manusia maupun sistem, biasanya ditandai dengan kegagalan proses internal perusahaan yang berdampak pada kerugian yang beragam akibat kelalaian yang tidak disengaja.

4. Pengetahuan individu akan etika

Eka individual menyangkut kewajiban dan sikap manusia terhadap dirinya sendiri. Etika mempengaruhi perilaku dan membantu individu membuat keputusan yang tepat.

5. Demand pasar yang tidak sesuai dengan kemampuan perusahaan

Hal yang biasanya terjadi adalah ketidakpastian pasokan dan permintaan konsumen yang tinggi akan sebuah produk. Meningkatnya permintaan tersebut perusahaan tidak mampu memenuhi semua kebutuhan konsumen karena keterbatasan produk yang dimiliki

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Etika bisnis bukan hanya tanggung jawab moral tetapi juga strategi cerdas yang mendukung reputasi, hubungan baik, dan kesuksesan jangka panjang perusahaan. Dengan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan mereka, perusahaan menunjukkan komitmen pada tanggung jawab sosial dan menghindari konflik hukum.

Kepemimpinan berperan penting dalam mengintegrasikan etika ke strategi perusahaan, yang menumbuhkan kepercayaan konsumen dan loyalitas jangka panjang. Teori etika seperti utilitarianisme, deontologi, hak, dan keadilan membantu menentukan apakah suatu tindakan etis, misalnya dengan mempertimbangkan manfaat bagi banyak orang atau menghormati hak individu.

Faktor eksternal, seperti persaingan dan regulasi, serta faktor internal seperti budaya perusahaan dan karakter individu, juga mempengaruhi etika dalam bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis membangun kepercayaan konsumen dan mengurangi risiko pelanggaran yang dapat merusak reputasi.

Dengan demikian, etika bisnis adalah pilar yang bukan hanya penting untuk keberlanjutan tetapi juga untuk pertumbuhan dan daya saing. Prinsip-prinsip etika yang diterapkan dengan konsisten dapat menciptakan nilai jangka panjang dan memperkuat hubungan perusahaan dengan semua pihak terkait.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, L. (2022). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tantangan dalam Etika Bisnis. *Jurnal Pusdansi*, 2(4), 1–10. <http://pusdansi.org/index.php/pusdansi/article/view/128>
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 6(2), 194–205. <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>
- Firdaus, N. A., Azhiim, I. T. Al, & Ardellia, V. (2023). Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perusahaan: Studi Literatur Faktor Pendukung dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 132–142. <https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.495>
- Hasibuan, M., & Nawawi, Z. M. (2023). Peran Etika Bisnis dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 50–68. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2426>
- Meilina, R. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Pelanggaran Etika Bisnis. *Akademika*, 14(2), 119–126.
- Natasya, I., & Fuad. (2021). Studi Empiris Faktor-Faktor Internal Individual dalam Pembuatan

Keputusan Etis pada Konsultan Pajak di Semarang. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–12.

Putro, R. L., Wany, E., & Yuliarini, S. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Etis Akuntan Masa Depan dengan Love of Money sebagai Variabel Intervening. *Substansi: Sumber Artikel Akuntansi Auditing Dan Keuangan Vokasi*, 4(2), 173–187. <https://doi.org/10.35837/subs.v4i2.1084>

Sekartaji, F. A., Suhendro, & Fajri, R. N. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Etis Mahasiswa Akuntansi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(2), 317–330. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.216>