

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA PERUSAHAAN DAGANG

Pratantia Aviatri, Ayunda Putri Nilasari

Universitas Tidar

pratantiaavi@gmail.com

Abstract

Commercial enterprises in Indonesia is a business entity that has a very important contribution to the national economy until now and then. The contribution of trading companies in Indonesia can be seen from the emergence of various kinds of shops, self-service, supermarkets to malls that provide products from suppliers without changing the shape of the product. When running some business, the usage of business ethics is a factor that plays an important role in maintaining business continuity in various sectors, including commercial enterprises or trading companies. Unfortunately, there are still many violations committed by various individuals and business actors in the trade sector which disrupt the stability of the business continuity. The purpose of this research analyse the application of business ethics in the trading business in order to ensure business continuity in related companies. Business continuity is not only seen from the ability to generate profits, but also from the ability of trading business to predict how long the business will continue in undefined times in the future. The research method of this research is descriptive qualitative method. The research technique uses interview, observation and literature study techniques. The results of this study is a representation of the commercial enterprises within business ethics in every action will avoid various obstacles in the form of cases of fraud, theft, to embezzlement of funds that will affect business continuity.

Key Words : company, business ethics, trade, business continuity

Abstrak

Perusahaan dagang di Indonesia hingga saat ini merupakan sebuah entitas bisnis yang memiliki kontribusi yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Kontribusi dari perusahaan dagang di Indonesia dapat dilihat dari kemunculan berbagai macam toko, swalayan, supermarket hingga mall yang menyediakan produk dari pemasok (supplier) tanpa mengubah bentuk dari produk tersebut. Dalam menjalankan usaha, penerapan etika bisnis menjadi faktor yang berperan penting untuk mempertahankan kelangsungan usaha di berbagai sektor, tak terkecuali perusahaan dagang. Sayangnya, masih banyak pelanggaran yang dilakukan oleh berbagai oknum maupun pelaku bisnis di sektor perdagangan yang membuat stabilitas pada kelangsungan usaha tersebut terganggu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis pada sektor usaha perdagangan supaya terjaminnya kelangsungan usaha di perusahaan terkait. Kelangsungan usaha tidak hanya dilihat dari kemampuan perusahaan dagang dalam menghasilkan laba, melainkan dari perkiraan sejauh mana suatu usaha dapat terus berkembang dalam jangka waktu yang panjang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Teknik penelitian menggunakan teknik observasi dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini merupakan sebuah gambaran mengenai bagaimana perusahaan dagang yang dijalankan dengan

prinsip etika bisnis akan terhindar dari berbagai hambatan berupa kasus kecurangan, pencurian, hingga penggelapan dana yang akan mempengaruhi kelangsungan bisnis.

Kata Kunci : perusahaan, etika bisnis, dagang, kelangsungan usaha

PENDAHULUAN

Bisnis perdagangan (perniagaan) merupakan suatu bentuk usaha dimana pelaku bisnis/ perusahaan melakukan pembelian produk dari produsen, vendor, dan mitra lainnya dan kemudian mendistribusikan kembali produk tersebut kepada konsumen (Nugraha, 2015). Usaha dagang menjual kembali produknya tanpa mengubah wujud dari produk yang dijual. Bisnis perdagangan memiliki peran penting sebagai penghubung maupun perantara dengan perusahaan manufaktur dengan pelanggan. Adapun berbagai jenis bisnis perdagangan di Indonesia antara lain adalah toko kelontong, warung/ gerai, kios, minimarket, supermarket, toko grosir hingga mall. Barang yang dijual pun sangat beragam mulai dari makanan, minuman, pakaian dan berbagai kebutuhan lainnya yang digunakan sehari-hari (Pandin, 2009).

Bisnis perdagangan saat ini menjadi bisnis yang sangat umum untuk ditemukan dalam aktivitas sehari-hari baik dari lingkup yang paling kecil (mikro) hingga terbesar (makro). Hingga saat ini pun bisnis perdagangan memegang peranan yang krusial baik di kehidupan sosial maupun ekonomi manusia. Urgensi bisnis mempengaruhi seluruh tingkat baik individu, sosial, regional hingga nasional karena kekuatan ekonomi memiliki kekuatan yang sama dengan kekuatan hukum. Oleh sebab itu, banyak sekali individu baik pelaku usaha maupun masyarakat yang ikut berkecimpung dalam kegiatan bisnis perdagangan. Karenanya diperlukan suatu hukum atau etika yang mengatur kegiatan bisnis dagang supaya dapat berjalan dengan semestinya.

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).

Memahami apa yang benar maupun salah dan apa yang masih dapat diterima maupun mana yang tidak dapat diterima berdasarkan pada ekspektasi organisasi dan masyarakat dalam konstitusi etika bisnis adalah pengertian dari etika bisnis dalam usaha. Kemampuan perusahaan untuk mengubah bisnis lama menjadi bisnis yang lebih baru berlandaskan pada perubahan permintaan dan teknologi di masa depan. Dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing, perusahaan dagang harus memperhatikan kualitas produk dan layanannya karena persaingan yang semakin ketat dengan produk sejenis. Perkembangan bisnis perdagangan baik dari segi digitalisasi, teknologi maupun persaingan yang ada membuat bisnis tersebut memerlukan suatu hukum yang dapat menjaga keseimbangan dunia kerja.

Merambatnya bisnis perdagangan di berbagai kalangan dan banyaknya kompetitor dengan produk sejenis membuat usaha perdagangan mengalami persaingan ketat. Banyak sekali pelaku bisnis yang mengalami kesulitan dalam berkembang dan mendapatkan keunggulan bersaing. Keunggulan disini tidak hanya diukur pada pelayanan distribusi produk yang unggul dibandingkan perusahaan lain, melainkan perusahaan juga harus mampu menyediakan produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang murah dibandingkan pelaku bisnis lainnya (Hasoloan A, 2018). Selain itu, waktu menyerahkan produk kepada konsumen harus dapat dilakukan dengan cepat dan efisien. Padahal pengiriman produk dari gudang pemasok ke gudang distributor dapat memakan waktu sehari-hari, terlebih jika mengalami hambatan dalam pelaksanaannya.

Persaingan sehat dalam kegiatan bisnis perdagangan dapat terus berjalan selama masih dalam batas wajar. Namun, tidak memungkiri bahwa persaingan sengit antarperusahaan dalam mempertahankan pelanggan dapat berujung menjadi persaingan yang tidak sehat. Akibatnya, pelanggaran terhadap etika bisnis menjadi suatu hal yang tidak mustahil untuk terjadi. Para pelaku bisnis yang tidak jujur dapat memanipulasi produk tidak layak jual untuk didistribusikan pada masyarakat agar dapat menjual produk dengan harga murah dan memperoleh keuntungan maksimal (Farid & Zahroh, 2015). Pelanggaran etika ini muncul ketika pelaku bisnis membenarkan perilaku tidak etis dalam situasi dagang yang hanya menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lainnya (Setyawan, 2016). Seperti yang sudah terjadi kepada para konsumen maupun produsen yang melaksanakan aktivitas perdagangan maupun jual beli, tidak sedikit pedagang yang mengelabui pembeli dan bahkan mengambil laba diluar batas wajar. Hal

ini disebabkan para pelaku bisnis tersebut tidak menerapkan etika bisnis dagang (Farid & Zahroh, 2015). Oleh karenanya, untuk menghadapi berbagai situasi diperlukan kesadaran moral agar seorang pelaku bisnis mampu membuat keputusan yang memiliki beretika dan setiap perbuatannya mampu dipertanggungjawabkan.

Memperoleh keunggulan di sektor bisnis perdagangan bagi pelaku bisnis dapat dilakukan dengan memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Untuk itu, sektor bisnis perdagangan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Banyak sekali perusahaan di Indonesia yang menggunakan moto kepuasan pelanggan sebagai standar bisnis distribusi mereka. Kepuasan pelanggan dapat menjadi kontribusi utama bagi pelaku bisnis dalam mempertahankan bisnisnya. Melalui kepuasan pelanggan, perusahaan akan memahami apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dan memaksimalkan laba yang diperoleh. Kepuasan pelanggan juga dapat mempererat hubungan antara perusahaan dengan konsumen.

Etika bisnis dalam persaingan usaha perdagangan berperan untuk menghindarkan penipuan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen, baik dari segi kualitas, kuantitas maupun pelayanan. Apabila produknya tidak layak konsumsi maupun tidak layak pakai, pelaku usaha wajib mengganti produk tersebut dengan produk yang lebih baru dan terjamin (guaranteed). Keterbukaan pelaku bisnis dalam menawarkan produk yang dijualnya akan menumbuhkan kepercayaan terhadap pembeli. Dengan demikian, baik pembeli maupun pelaku usaha akan mementuk suatu simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan.

Kelangsungan usaha dalam sektor perdagangan tidak hanya dilihat dari kemampuan perusahaan dagang dalam menghasilkan laba (Hasoloan A, 2018). Terkadang hambatan dari menjalankan usaha bisnis dagang tidak hanya melulu tentang relasi antara perusahaan dengan pelanggan, melainkan dari hubungan perusahaan dengan karyawannya juga. Sudah seharusnya perusahaan memiliki prinsip keterbukaan informasi akuntansi dan keuangan yang objektif dan faktual supaya terhindar dari berbagai pelanggaran etika bisnis dan profesi. Keberhasilan suatu perusahaan tidak terbatas pada moral dan manajemen yang baik melainkan dari keberhasilannya dalam menerapkan etika bisnis yang baik. Suatu perusahaan dagang diharapkan dapat terhindar dari berbagai kecurangan, baik kecurangan internal maupun kecurangan eksternal. Kecurangan

dapat berbentuk pelanggaran dalam pemakaian dana perusahaan, pencurian, pencucian uang, korupsi hingga memperindah laporan keuangan.

Berbagai kecurangan oleh perusahaan tentunya akan berdampak terhadap kelangsungan perusahaan (Elfina Lebrine, 2010). Laporan keuangan memiliki peranan sebagai tolak ukur dari kinerja perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan ingin menampilkan laporan keuangannya dengan semaksimal mungkin dan menimbulkan risiko terjadinya kecurangan (Faradiza, 2019). Kecurangan merupakan tindakan yang tidak etis karena dapat menyesatkan pembacanya dalam mempertimbangkan suatu keputusan. Kecurangan keuangan yang disengaja terdiri atas manipulasi bukti transaksi dan pencatatan laporan keuangan, perubahan terhadap prosedur yang dipakai untuk mengukur, mengidentifikasi, mengikhtisarkan akun serta melaporkan dan mengungkapkan transaksi serta dengan sengaja menghilangkan sejumlah data, lampiran, kejadian maupun informasi akuntansi.

Pelaku bisnis usaha perdagangan harus menyadari bahwa jika ia menginginkan kesuksesan dalam kegiatan bisnis seperti perdagangan, maka mematuhi prinsip dari etika bisnis adalah suatu kunci untuk memperoleh kesuksesan tersebut (Elfina Lebrine, 2010). Saat ini terdapat banyak pelaku bisnis yang melakukan persaingan dalam pasar dengan cara yang etis. Para pengusaha tersebut berani untuk mengambil resiko dengan memonopoli produk atau jasa tertentu dengan tidak lagi memperhatikan etika yang harusnya dicamkan dalam melakukan transaksi bisnis. Oleh sebab itu, peneliti bermaksud untuk mengidentifikasi penerapan etika bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaan dagang. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana etika bisnis mampu mencegah berbagai pelanggaran oleh para pengusaha tersebut baik dalam keuangan maupun non keuangan yang berkecimpung di dalam perusahaan dagang.

TINJAUAN PUSTAKA

Etika Bisnis

Etika berdasar pada Yunani Kuno memiliki istilah sebagai “ethikos” yang artinya timbul dari kebiasaan. Menurut Wahyu dan Ostaria (2006) dalam artikel (Fauzan & Nuryana, 2014) merupakan cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika ini berhubungan dengan analisis dan penerapan konsep yang meliputi baik, buruk, salah, benar serta tanggung

jawab (Husada, 2019). Etika menjadi pondasi untuk mengetahui kewajiban seseorang agar mendapatkan haknya, dimana perilaku seseorang disini dinilai baik dan buruknya. Sedangkan menurut Liek Wilardjo (1996:4) dalam artikel (Faradiza, 2019). Etika (Moral) merupakan telaah tentang pertimbangan untuk menyetujui maupun tidak menyetujui sikap dan/atau tindakan manusia berdasarkan benar-salah atau baik-buruk nya sikap dan/atau tindakan itu. Istilah "etika maupun "moral" merupakan suatu hal yang sama karena makna yang dimiliki seragam yakni ethos (Yunani) dan mores (Latin) yang berarti adat kebiasaan (Faradiza, 2019).

Bisnis menurut (Sukirno, 2017) merupakan kegiatan untuk memperoleh keuntungan. Semua pribadi maupun individu dan kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari laba/keuntungan supaya dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Tidak ada satupun individu yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian. Sony Keraf dalam artikel (Apriliawati & Suardana, 2016) memiliki konsep etika bisnis tersendiri yang didalamnya mengandung prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip tidak berbuat jahat, prinsip keadilan dan prinsip hormat kepada diri sendiri.

Dari seluruh penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis menilai perbuatan baik, buruk, salah maupun benar yang dilakukan oleh seorang individu di lingkup organisasi dimana hak dan kewajiban seseorang harus bisa dipertanggungjawabkan. Selain itu, etika bisnis mengajarkan bahwa sebagai pelaku bisnis apabila ingin perusahaannya tetap berjalan maka ia harus menjunjung tinggi nilai dan prinsip dari etika bisnis.

Perusahaan

Menurut KUHD dan perundang-undangan lainnya, istilah ekonomi yang dipakai untuk mendeskripsikan suatu wadah yang memuat bentuk usaha adalah "perusahaan". Menurut Pasal 1 Undang-undang No. 3 Tahun 1982 huruf (b) tentang Wajib Daftar Perusahaan (UWDP) pengertian dari perusahaan yaitu :

"Setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba."

Perusahaan merupakan sebuah entitas bisnis yang melakukan aktivitas secara terus menerus guna memperoleh keuntungan (laba). Menurut Molengraff (Husada, 2019), perusahaan merupakan keseluruhan perbuatan yang dilaksanakan secara terus menerus, bertindak keluar untuk memperoleh pendapatan dengan cara memperagakan barang-barang maupun mengadakan komitmen perniagaan. Artinya, perusahaan tidak semata-mata bertindak untuk mencapai keuntungan namun juga sebagai sebuah aktivitas yang meliputi seluruh kegiatan usaha. Ada berbagai macam jenis perusahaan dimana beberapa dari perusahaan tersebut ada yang terdaftar di pemerintah namun ada juga yang tidak. Badan usaha atau company (Inggris) adalah istilah yang diberikan untuk perusahaan atau organisasi yang sudah terdaftar di pemerintah.

Menurut Pasal 1 huruf (d) UWDP memuat pengertian dari usaha yakni merupakan setiap tindakan, perbuatan maupun kegiatan apapun dalam bidang perekonomian, yang dilakukan oleh setiap pelaku bisnis dengan tujuan memperoleh laba maupun keuntungan. Sedangkan menurut Pasal 1 huruf (c) UWDP pengertian pengusaha merupakan setiap perseorangan maupun persekutuan dan atau badan hukum yang menjalankan suatu jenis perusahaan.

Perusahaan Dagang

Menurut (Husada, 2019) perusahaan dagang merupakan sebuah perusahaan yang membeli barang dagang dari perusahaan lain kemudian menjual kembali kepada pihak yang membutuhkan atau konsumen. Perusahaan dagang merupakan perusahaan yang berbeda dengan perusahaan jasa dan perusahaan manufaktur. Hal ini dikarenakan perusahaan dagang memiliki persediaan dan harga pokok penjualan sementara perusahaan jasa tidak memiliki persediaan. Namun perusahaan dagang tidak memproduksi sendiri produknya, sehingga berbeda dengan perusahaan manufaktur yang memperhitungkan bahan baku dari produk yang dipasarkan. Ada berbagai macam jenis perusahaan yang dapat dikategorikan sebagai perusahaan dagang seperti bisnis ritail, minimarket, hypermarket, hingga pusat grosir. Terdapat 4 aktivitas utama perusahaan dagang (Pandin, 2009) yakni

1. Pembelian (Barang Dagangan) : Transaksi pembelian barang dagang dari pemasok
2. Penjualan (Barang Dagangan) : Transaksi penjualan barang dagang ke konsumen
3. Transaksi Pengeluaran Kas : Transaksi mengeluarkan uang dari kas perusahaan untuk pembayaran tertentu

4. Transaksi Penerimaan Kas : Transaksi menerima uang yang menambah kas perusahaan seperti penerimaan tagihan, pendapatan penjualan serta bunga.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik observasi dan studi kepustakaan. Data dari penelitian tersebut diakses dari 2 (dua) alat penelitian observasi yang diperoleh dari penelusuran media online dan media sosial yang menyangkut perkembangan bisnis berbagai usaha yang kegiatan utamanya berdagang, serta data yang telah dibukukan yang berupa data sekunder. Metode observasi adalah kegiatan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yang bisa dilakukan dengan mengamati fenomena yang sedang terjadi belakangan ini. Metode kajian perpustakaan (library research) merupakan teknik penelitian yang mana kajian berlandaskan pada pendapat ahli mengenai penerapan etika bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaan dagang. Penelitian Kepustakaan (Library research) ini memiliki aktivitas utama mengumpulkan laporan maupun hasil penelitian terkait yang sudah ada. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti peranan etika bisnis dalam kelangsungan usaha perusahaan dagang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika bisnis merupakan sebuah pernyataan baik atau buruk, benar atau salah dari tindakan yang dilakukan oleh individu maupun badan usaha yang berkaitan dengan masalah moral di dalam dunia bisnis. Etika bisnis menjadi pedoman bagi pelaku usaha untuk menentukan etis dan tidaknya suatu kegiatan usaha. Di dalam kegiatan perdagangan, etika bisnis memainkan peran penting dalam kelangsungan usaha. Perusahaan dagang dalam menjalankan usahanya tidak dapat berdiri dengan sendirinya. Perusahaan dagang memerlukan karyawan, pemasok dan masyarakat untuk memastikan perusahaannya dapat berjalan dengan baik.

Etika bisnis memiliki fungsi untuk mengintegrasikan aspek bisnis baik itu produksi, pemasaran hingga keuangan bagi perusahaan dagang dengan para pemangku kepentingan. Etika bisnis sebagai aturan yang mengikat perusahaan dagang mengharuskan perusahaan untuk menaati peraturan dan tidak berlaku seenaknya dengan seluruh pihak yang ada didalamnya. Hal ini dikarenakan usaha perdagangan tidak hanya berfungsi untuk mencari keuntungan, mendapatkan

laba maksimal , membayar pajak dan menciptakan lapangan kerja. Perusahaan dagang memiliki fungsi yang berkaitan dengan etika bisnis yaitu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memberikan pelayanan yang memuaskan dan menjalin hubungan interaktif dengan karyawan, pemasok, investor, kreditor, pemerintah, hingga masyarakat. Etika bisnis dalam kaitannya dengan kelangsungan usaha perusahaan dagang harus bertanggung jawab terhadap seluruh pihak-pihak yang berkepentingan. Pihak-pihak yang berkepentingan ini antara lain adalah karyawan, pemasok, pemerintah, investor, kreditor dan masyarakat. Untuk mewujudkan fungsi tersebut perusahaan dagang harus bisa memastikan bahwa kegiatan usahanya telah sesuai dengan etika bisnis yang berlaku.

Seluruh kegiatan bisnis perdagangan mulai memasok barang, memberikan tempat bagi produk untuk digelar dan dipasarkan hingga pendistribusian produk ke konsumen memerlukan alur dan proses yang kompleks. Rangkaian kegiatan tersebut memerlukan kontrol yang baik mulai dari pengawasan, penganggaran hingga pemanfaatan sumber daya. Tentunya control tersebut dilandasi dengan etika bisnis dan hukum yang berlaku supaya kegiatan bisnis dapat berjalan secara terus menerus. Etika bisnis mengontrol bagaimanapun caranya supaya perusahaan dapat terus berjalan dalam berbagai keadaan dan situasi tanpa adanya suatu hambatan. Yang menjadi kekhawatiran adalah apakah saat ini perusahaan dagang di Indonesia seluruhnya sudah menaati etika bisnis yang berlaku. Ini adalah masalah yang cukup krusial bagi masyarakat karena di Indonesia saat ini terdapat banyak sekali usaha dagang yang bermunculan mulai dari toko, swalayan, supermarket hingga mall yang menyediakan beraneka macam produk yang beragam. Bahkan saat ini usaha dagang dapat berbentuk media yang bersifat online seperti e-commerce dan onlineshop yang memudahkan masyarakat dalam berbelanja. Kemudahan dalam berbelanja dalam memperoleh alat pemuas kebutuhan semakin mempererat hubungan antara pelaku usaha dengan masyarakat. Sayangnya, tidak semua pelaku usaha yang berkecimpung di dalam kegiatan usaha perdagangan memiliki kemauan untuk menerapkan konsep kejujuran dan menjunjung tinggi etika bisnis. Banyak sekali oknum-oknum yang memanfaatkan kesempatan untuk menipu konsumen dan melanggar etika bisnis. Sebagai akibat kejahatan bisnis menjadi suatu hal yang tak terhindarkan lagi. Padahal berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya sudah menunjukkan bahwa perusahaan besar yang mampu bertahan hingga saat ini

adalah perusahaan-perusahaan yang taat kepada bisnis. Pelanggaran-pelanggaran bisnis terdiri dari beberapa bentuk yakni;

Pelanggaran Bisnis	Kegiatan Pelanggaran yang Dilakukan :
Pelanggaran bisnis dalam kegiatan usaha dagang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelalaian pada kualitas dan kuantitas produk 2. Penipuan 3. Ketidaksesuaian Produk 4. Cybercrime/ Internet crime 5. Malware (Pencurian Data Pribadi Pelanggan)
Pelanggaran bisnis dalam bidang keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggaran pajak 2. Kegiatan manipulasi laporan keuangan 3. Kegiatan penggelapan dana
Pelanggaran bisnis dalam kegiatan penjualan dengan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pencurian produk 2. Pemalsuan uang baik tunai maupun non tunai

Tindakan bisnis secara optimal ditentukan oleh berbagai lapisan dalam masyarakat sebagai bagian dari lingkungan bisnis. Hukum yang berlaku di tengah masyarakat turut mengatur seluruh keperluan dalam bisnis perdagangan. Ketaatan pada etika bisnis menjadi standar bagi seorang pelaku usaha dalam membesarkan perusahaannya. Sony Keraf (Elfina Lebrine, 2010) menggambarkan beberapa prinsip etika bisnis yang didalamnya terkandung prinsip ekonomi (economy principal) prinsip kejujuran (honesty principal) , prinsip tidak terbaca (unrevealled principal) prinsip keadilan (fair principal) dan prinsip menghormati diri sendiri (respect ourself). Richard T de George (Elfina Lebrine, 2010) juga menyampaikan bahwa terdapat empat macam kegiatan yang menyangkut etika bisnis, yakni :

1. Ketika ada praktik kasus dalam melakukan usaha, perlu diterapkan prinsip-prinsip etika umum
2. Ketika menerapkan etika bisnis maka tidak hanya etika bisnis saja yang berperan dalam sektor bisnis melainkan juga tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Sistem ekonomi dan moral dari suatu negara juga ditentukan dari etika bisnis

4. Etika bisnis tidak hanya terdiri dari tindakan dan perilaku yang sesuai dengan hukum melainkan suatu hal yang melebihi bidang etika itu sendiri.

KESIMPULAN

Etika bisnis merupakan sebuah penilaian terhadap manakah hal yang etis dan tidak etis untuk diterapkan di dalam kegiatan usaha. Penerapan etika bisnis diperlukan dalam menjaga eksistensi perusahaan dagang. Perusahaan dagang yang melalaikan etika bisnis maupun hukum yang berlaku di suatu negara tidak akan mampu untuk bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Oleh karena itu usaha dagang dalam bentuk apapun mulai dari gerai, toko dan swalayan hingga mall harus menaati prinsip-prinsip dari etika bisnis. Etika bisnis akan menghindarkan perusahaan dari berbagai pelanggaran bisnis yang akan merugikan perusahaan itu sendiri. Ketaatan pada etika bisnis menjadi standar bagi seorang pelaku usaha dalam membesarkan perusahaannya. Perusahaan besar yang mampu bertahan hingga saat ini adalah perusahaan-perusahaan yang taat kepada bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliawati, N. K., & Suardana, K. A. (2016). Budaya Etis Organisasi Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Orientasi Etis Pada Pertimbangan Etis Auditor. *Akuntansi Universitas Udayana*, 17(2), 1226–1253. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/21037>
- Elfina Lebrine, S. (2010). Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kejahatan Korporasi dalam Lingkup Kejahatan Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 12(1), 56–65. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.pp.56-65>
- Faradiza, S. A. (2019). FRAUD PENTAGON DAN KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN Sekar Akrom Faradiza. *Sekar Akrom Faradiza*, 4988, 1–22.
- Farid, M., & Zahroh, A. (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian. *Iqtishoduna*, 6(2), 13–30.
- Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 38. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.774>
- Hasoloan A. (2018). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis. *Computers and Industrial Engineering*, 2(January), 6. <http://ieeauthorcenter.ieee.org/wp-content/uploads/IEEE-Reference-Guide.pdf%0Ahttp://wwwlib.murdoch.edu.au/find/citation/ieee.html%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cie.2019.07.022%0Ahttps://github.com/ethereum/wiki/wiki/White-Paper%0Ahttps://tore.tuhh.de/hand>

- Husada, F. R. K. (2019). Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *Ayan*, 8(5), 55. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Nugraha, M. (2015). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN CAPITAL INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 4 No.(PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN CAPITAL INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Pandin, M. L. (2009). Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern. *Nuclear Instruments and Methods*, 164(2), 255–265.
- Setyawan, H. (2016). Pengaruh Etika Uang Terhadap Kecuranagan Pajak Dengan Religiusitas, Gender Dan Materialisme Sebagai Variabel Moderasi, 2(2), 2010–2012.cs Riau University, Pe. *Pengaruh Etika Uang Terhadap Kecuranagan Pajak Dengan Religiusitas, Gender Dan Materialisme Sebagai Variabel Moderasi*, 2(2), 2010–2012.
- Sukirno, Z. L. (2017). Model Komunikasi Pemasaran Bisnis Jasa. *Journal of Tourism and Cretaivity*, 1(1), 13. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13794>