

Analytical Effect of the Implementation of Business Ethics on the Success of Trading Companies

Ahmad Darda¹⁾, Ahmad Rojikun^{2)*}

¹⁾Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Muhammadiyah

²⁾Program Studi Manajemen, Universitas Mohammad Husni Thamrin

*Correspondence Author: rojikun65@gmail.com, Jakarta, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v7i1.3397>

Abstract

Trading companies in Indonesia currently play a strategic role in supporting the national economy. This contribution can be seen in the development of various forms of trading businesses, such as shops, convenience stores, supermarkets, and shopping centers (malls), which provide products from suppliers without undergoing a transformation process. In their operations, the application of business ethics is a crucial factor in maintaining business sustainability in the trading sector. Trading businesses experience intense competition due to the spread of businesses across various circles and the abundance of similar products. However, practices of violating business ethics still frequently occur, both by individuals and businesses, potentially disrupting business stability and continuity. Therefore, this study aims to analyze the application of business ethics in trading companies to ensure business sustainability. Business continuity is not only measured by a company's ability to generate profits, but also by the extent to which the company is able to survive and develop sustainably in the long term. This study uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques through observation and literature study. The results show that trading companies that consistently apply business ethics principles tend to be able to avoid various operational risks, such as fraud, theft, and embezzlement, which have the potential to hinder business continuity.

Keywords: Trading Companies, Business Ethics, Business Continuity

Abstrak

Perusahaan dagang di Indonesia hingga saat ini merupakan salah satu entitas bisnis yang memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional. Kontribusi tersebut dapat dilihat dari berkembangnya berbagai bentuk usaha perdagangan, seperti toko, swalayan, supermarket, hingga pusat perbelanjaan (mall) yang menyediakan produk dari pemasok tanpa melalui proses perubahan bentuk barang. Dalam operasionalnya, penerapan etika bisnis menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha di sektor perdagangan. Bisnis perdagangan mengalami persaingan ketat karena bisnis tersebar di berbagai kalangan dan banyaknya produk sejenis. Namun demikian, praktik pelanggaran etika bisnis masih kerap terjadi, baik yang dilakukan oleh individu maupun pelaku usaha, sehingga berpotensi mengganggu stabilitas dan kelangsungan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis pada perusahaan dagang guna menjamin keberlanjutan usaha. Kelangsungan usaha tidak hanya diukur dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga dari sejauh mana perusahaan mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dagang yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis secara konsisten cenderung mampu menghindari berbagai risiko operasional, seperti kecurangan, pencurian, dan penggelapan dana, yang berpotensi menghambat keberlangsungan usaha.

Kata kunci : Perusahaan Dagang, Etika Bisnis, Kelangsungan Usaha

PENDAHULUAN

Bisnis perdagangan juga disebut sebagai bisnis, adalah jenis usaha di mana pelaku bisnis atau perusahaan membeli produk dari produsen, vendor, dan mitra lainnya dan kemudian mendistribusikan kembali produk tersebut kepada pelanggan (Nugraha, 2015). Usaha dagang menjual kembali barang mereka tanpa mengubah bentuk barang tersebut. Bisnis perdagangan berfungsi sebagai sarana penting untuk menghubungkan perusahaan manufaktur dengan pelanggan. Di Indonesia, ada berbagai jenis toko, termasuk toko kelontong, warung, gerai, kios, minimarket, supermarket, toko grosir, dan mall. Barang-barang yang dijual juga sangat beragam, termasuk makanan, minuman, pakaian, dan berbagai kebutuhan sehari-hari lainnya (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 sangat penting untuk mempertahankan bisnis dalam berbagai industri, termasuk perusahaan dagang. Untuk mencapai tujuan organisasi bisnis, etika bisnis diperlukan. Kegiatan bisnis perdagangan yang berlandaskan etika akan melindungi perusahaan dari berbagai pelanggaran yang dapat mengganggu kelangsungan bisnis. Oleh karena itu, bisnis perdagangan dapat beroperasi tanpa mengganggu pihak lain (Elfina Lebrine, 2010).

Untuk memahami etika bisnis dalam usaha, kita perlu memahami apa yang benar dan salah serta apa yang tidak dapat diterima berdasarkan ekspektasi organisasi dan masyarakat. Perubahan permintaan dan teknologi di masa depan menentukan kemampuan perusahaan untuk mengembangkan bisnis baru. Karena persaingan yang semakin ketat dengan produk sejenis, perusahaan dagang harus memperhatikan kualitas produk dan layanan mereka dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing mereka. Bisnis

perdagangan memerlukan hukum yang dapat menjaga keseimbangan dunia kerja karena perkembangan digitalisasi, teknologi, dan persaingan saat ini.

Bisnis perdagangan mengalami persaingan ketat karena bisnis tersebar di berbagai kalangan dan banyaknya produk sejenis. Banyak bisnis menghadapi kesulitan untuk berkembang dan menjadi lebih kompetitif. Perusahaan tidak hanya harus dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau, tetapi juga harus mampu menyediakan pelayanan distribusi produk yang unggul dibandingkan perusahaan lain (Hasoloan A, 2018). Selain itu, waktu pengiriman barang ke pelanggan harus dapat dilakukan dengan cepat dan efektif. Di sisi lain, pengiriman barang dari gudang pemasok ke gudang distributor dapat memakan waktu sehari-hari, terutama jika ada hambatan dalam proses. Selama masih dalam batas yang wajar, persaingan yang sehat dalam bisnis perdagangan dapat berlangsung.

Namun, jangan lupa bahwa persaingan ketat untuk mempertahankan pelanggan dapat menyebabkan persaingan yang tidak sehat. Akibatnya, pelanggaran etika bisnis hampir pasti terjadi. Pelaku bisnis yang tidak jujur dapat membenarkan perilaku tidak etis dalam situasi dagang yang hanya menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lainnya. Mereka dapat memanipulasi produk yang tidak layak jual untuk didistribusikan kepada masyarakat dengan tujuan menjual produk dengan harga murah dan memperoleh keuntungan maksimal (Farid & Zahroh, 2015). Tidak sedikit pedagang yang mengelabui pembeli dan bahkan mengambil keuntungan di atas batas wajar, seperti yang terjadi pada produsen dan konsumen yang melakukan perdagangan dan jual beli. Ini karena perusahaan tersebut tidak mengikuti etika bisnis dagang (Farid & Zahroh, 2015). Oleh karena itu, kesadaran moral diperlukan untuk menghadapi berbagai situasi sehingga seorang pelaku bisnis dapat dipertanggungjawabkan atas setiap tindakannya dan membuat keputusan beretika.

Dengan memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, sektor bisnis perdagangan dapat memperoleh keunggulan bagi pelaku bisnis. Oleh karena itu, sektor bisnis perdagangan sangat terkait dengan kepuasan pelanggan. Moto kepuasan pelanggan diadopsi oleh banyak perusahaan di Indonesia. Untuk mempertahankan bisnis, kepuasan pelanggan dapat menjadi kunci. Melalui kepuasan pelanggan, perusahaan dapat memahami kebutuhan pelanggan dan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh, dan kepuasan pelanggan juga dapat mempererat hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Untuk menghindari penipuan terhadap konsumen dalam hal kualitas, kuantitas, dan pelayanan, etika bisnis penting dalam persaingan usaha perdagangan. Pelaku usaha wajib mengganti barang dengan barang yang lebih baru dan terjamin apabila barang tersebut tidak layak pakai atau konsumsi. Kepercayaan pembeli akan meningkat jika pelaku bisnis tetap terbuka saat menjual barang mereka. Oleh karena itu, baik pelaku usaha maupun pembeli akan membentuk simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan.

Kemampuan perusahaan dagang untuk menghasilkan laba bukan satu-satunya cara untuk mengetahui kelangsungan usaha dalam industri perdagangan (Hasoloan A, 2018). Dalam beberapa kasus, tantangan dalam menjalankan bisnis dagang mencakup hubungan perusahaan dengan pelanggan dan hubungan perusahaan dengan karyawannya. Untuk menghindari berbagai pelanggaran etika profesional dan bisnis, perusahaan harus memiliki standar keterbukaan informasi akuntansi dan keuangan yang adil dan faktual. Perusahaan berhasil bukan hanya karena moral dan manajemen yang baik, tetapi juga karena mereka dapat menerapkan etika bisnis yang baik. Suatu perusahaan dagang diharapkan dapat menghindari berbagai jenis kecurangan, baik internal maupun eksternal. Dapat berupa penyalahgunaan dana perusahaan, pencurian, pencucian uang, korupsi, atau membuat laporan keuangan yang tidak akurat.

Sangat mungkin bahwa keberlangsungan bisnis akan terpengaruh oleh berbagai jenis kecurangan yang dilakukan oleh perusahaan (Elfina Lebrine, 2010). Sebuah perusahaan dapat dinilai berdasarkan laporan keuangan. Oleh karena itu, perusahaan ingin meminimalkan kecurangan dengan menampilkan laporan keuangannya dengan sebaik mungkin (Faradiza, 2019). Karena dapat menyesatkan pembacanya untuk membuat keputusan, kecurangan merupakan tindakan yang tidak etis. Kecurangan keuangan yang disengaja termasuk dengan sengaja menghilangkan sejumlah besar data, lampiran, kejadian, atau informasi akuntansi, perubahan pada metode yang digunakan untuk mengukur, mengidentifikasi, mengikhtisarkan akun, serta melaporkan dan mengungkapkan transaksi, dan perubahan pada bukti transaksi dan pencatatan laporan keuangan.

Jika seseorang ingin mencapai kesuksesan dalam bisnis seperti perdagangan, mereka harus mengikuti etika bisnis (Elfina Lebrine, 2010). Saat ini, banyak pelaku bisnis yang berkompetisi di pasar secara moral. Pengusaha ini tidak lagi memperhatikan etika yang harus diperhatikan saat melakukan transaksi bisnis, sehingga mereka mengambil resiko dengan memonopoli barang atau jasa tertentu. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah

untuk mengidentifikasi bagaimana etika bisnis berdampak pada keberlangsungan bisnis. Penelitian ini juga mencoba mengungkapkan bagaimana etika bisnis dapat membantu para pengusaha, baik yang berkaitan dengan bisnis keuangan maupun non-keuangan, untuk menghindari melakukan berbagai pelanggaran.

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 apa yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis menilai apa yang baik, buruk, salah, atau benar yang dilakukan oleh seseorang di dalam organisasi di mana hak dan kewajiban seseorang dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, etika bisnis mengajarkan bahwa sebagai pelaku bisnis, jika mereka ingin perusahaan mereka bertahan, mereka harus menjunjung tinggi nilai dan prinsip 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 adalah organisasi yang melakukan aktivitas terus menerus untuk memperoleh keuntungan (laba), menurut Molengraff (Husada, 2019). Ini berarti bahwa perusahaan tidak semata-mata beroperasi untuk menghasilkan keuntungan; itu juga merupakan tindakan yang mencakup seluruh operasi bisnis. Beberapa jenis perusahaan terdaftar di pemerintah, sementara yang lain tidak. Istilah "badan usaha" atau "perusahaan" digunakan dalam bahasa Inggris untuk menggambarkan perusahaan atau organisasi yang telah terdaftar di pemerintah.

Menurut Pasal 1 huruf (d) UWDP, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pelaku bisnis dengan tujuan memperoleh keuntungan. Sementara, menurut Pasal 1 huruf (c) UWDP, pengusaha adalah setiap individu, persekutuan, atau badan hukum yang menjalankan suatu jenis perusahaan.

Perusahaan Dagang

Perusahaan dagang berbeda dengan perusahaan jasa dan manufaktur karena perusahaan dagang memiliki persediaan dan harga pokok penjualan, sementara perusahaan jasa tidak. 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

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Studi ini memanfaatkan observasi dan studi kepustakaan. Data untuk penelitian ini diperoleh dari dua (dua) alat penelitian observasi, yaitu penelusuran media sosial dan media online yang berkaitan dengan perkembangan bisnis berbagai usaha yang kegiatan utamanya berdagang. Selain itu, data yang telah dibukukan merupakan data sekunder. Pengamatan objek penelitian adalah metode observasi. Ini dapat dilakukan dengan mengamati kejadian baru-baru ini. Penelitian perpustakaan berfokus pada mengumpulkan laporan dan temuan penelitian sebelumnya tentang pengaruh etika bisnis terhadap keberlangsungan bisnis. Metode penelitian perpustakaan adalah pendekatan penelitian yang berbasis pada pendapat ahli mengenai masalah ini. Peran etika bisnis dalam kelangsungan hidup perusahaan dagang adalah subjek penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pernyataan tentang apa yang baik atau buruk, benar atau salah, tentang tindakan yang dilakukan oleh orang dan perusahaan yang berkaitan dengan masalah moral di dunia bisnis dikenal sebagai etika bisnis. Pelaku bisnis menggunakan etika bisnis sebagai pedoman untuk menentukan apakah kegiatan bisnis mereka etis atau tidak. Etika bisnis sangat penting untuk keberlangsungan bisnis dalam perdagangan. Untuk menjalankan usahanya dengan baik, perusahaan dagang memerlukan masyarakat, pemasok, dan karyawan. Etika bisnis berfungsi untuk menggabungkan elemen bisnis perusahaan, seperti produksi, pemasaran, dan keuangan, dengan pemangku kepentingan. Sebagai aturan yang mengikat, etika bisnis mengharuskan perusahaan untuk mematuhi peraturan dan tidak berlaku seenaknya terhadap semua pihak yang terlibat di dalamnya. 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 bagaimana 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;

Tabel 1. Pelanggaran Bisnis

Pelanggaran Bisnis	Kegiatan Pelanggaran yang Dilakukan
Pelanggaran bisnis dalam kegiatan usaha dagang	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	1. Pelanggaran pajak 2. Kegiatan manipulasi laporan keuangan 3. Kegiatan penggelapan dana
Pelanggaran bisnis dalam kegiatan penjualan konsumen	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 DAN REKOMENDASI

Etika bisnis adalah analisis tentang apa yang etis dan tidak etis untuk dilakukan dalam bisnis. Perusahaan dagang tidak dapat bertahan jika mereka tidak menerapkan etika bisnis. Perusahaan dagang yang melanggar hukum negara dan etika bisnis tidak akan bertahan lama. Oleh karena itu, bisnis, mulai dari toko, swalayan, hingga mall, harus mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis. Perusahaan dapat menghindari melakukan berbagai pelanggaran yang dapat merugikan perusahaan karena etika bisnis. Seorang pengusaha harus

mengikuti etika bisnis saat membangun perusahaannya. Perusahaan yang taat kepada bisnis adalah yang membuat perusahaan besar bertahan hingga saat ini.

REFERENSI

- Apriliawati, N. K., & Suardana, K. A. (2016). Budaya etis organisasi sebagai variabel pemoderasi pengaruh orientasi etis pada pertimbangan etis auditor. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(2), 1226–1253. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/21037>
- Arianto, B., & Rani, R. (2024). *Etika Bisnis dan Profesi.*, ebooks.borneonovelty.com, <https://ebooks.borneonovelty.com/publications/584978/etika-bisnis-dan-profesi>
- 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*, 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>
- Husada, F. R. K. (2019). Peranan etika bisnis dalam bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 8(5), 55. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Kristanti, D, Kardini, NL, Sucandrawati, N, & ... (2023). Etika bisnis. *Padang: Global ...*, researchgate.net, https://www.researchgate.net/profile/Budi-Harto/publication/369046696_ETIKA_BISNIS/links/64075e6857495059457243db/ETIKA-BISNIS.pdf
- Kusuma, EA, & Kirana, AA (2025). *Etika bisnis.*, books.google.com, https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Ux9kEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=etika+bisnis&ots=sms61jnXpA&sig=e_MybY6OOJhcfkxQ99bO0SRykco

- Mufarrochah, S, Putri, FF, Murtadho, A, & ... (2025). Etika Bisnis dalam Hukum Islam: Implikasi terhadap Praktik Bisnis Modern. *Jurnal Usm Law ...*, journals.usm.ac.id, <https://journals.usm.ac.id/index.php/julr/article/view/11365>
- Nurfadia, D, Pujiasih, D, & ... (2025). Peran etika bisnis dalam membangun kepercayaan konsumen. *Journal of Management ...*, journal.ppmi.web.id, <https://journal.ppmi.web.id/index.php/jmie/article/view/1612>
- Pandin, M. L. (2009). Potret bisnis ritel di Indonesia: Pasar modern. *Nuclear Instruments and Methods*, 164(2), 255–265.
- Sabrina, CZS, & Rialdy, N (2024). Peran etika bisnis syariah dalam membangun kepercayaan konsumen. *Journal of Sharia Economics Scholar ...*, ojs.unimal.ac.id, <https://ojs.unimal.ac.id/joses/article/view/20522/0>
- Setyawan, H. (2016). Pengaruh etika uang terhadap kecurangan pajak dengan religiusitas, gender, dan materialisme sebagai variabel moderasi. *Jurnal Online Mahasiswa Riau University*, 2(2), 2010–2012.
- Sukirno, Z. L. (2017). Model komunikasi pemasaran bisnis jasa. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(1), 13. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13794>
- Tafana, A, Andika, B, Mahyu, FRO, & ... (2024). Etika bisnis islam. *Jurnal Akademik ...*, ejurnal.kampusakademik.co.id, <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jaem/article/view/3213>
- Zulfikri, RR, Almas, B, Khoirunnisa, NA, Ratnawati, R, & ... (2025). *Etika Bisnis Islam.*, books.google.com, <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=BrpmEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA67&dq=etika+bisnis&ots=6bdOjCE-cJ&sig=x-WTgPMbwycDYbTFu8OiOT30phM>