



Analisis Peran Etika Ekonomi Dalam Mengintegrasikan Moralitas Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis

Salsabila, Era Widia Br Sinaga, Cindy Eleonora Sitohang, Dafa Ariza, Khairani Alawiyah Matondang

Universitas Negeri Medan

Abstrak

Received: 20 Juni 2025
Revised: 27 Juni 2025
Accepted: 01 Juli 2025

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran etika ekonomi dalam pengambilan keputusan bisnis, dengan fokus pada integrasi moralitas dalam praktik bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui studi pustaka yang mencakup literatur terkait etika bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), dan tantangan yang muncul dalam penerapannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan yang didasarkan pada etika tidak hanya berkontribusi pada reputasi perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi bisnis yang efektif dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Lebih jauh, transparansi dalam pelaporan kegiatan CSR menjadi kunci untuk membangun kepercayaan publik dan menarik minat investor. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan sistematis dalam pengambilan keputusan yang mempertimbangkan dampak jangka pendek serta jangka panjang, serta perlunya evaluasi dan perbaikan berkelanjutan terhadap program-program etika yang diterapkan oleh perusahaan.

Kata Kunci: Etika Ekonomi, Moralitas, Bisnis.

(*) Corresponding Author:

salsa.bilaaa0702@gmail.com
cindyeleonora01@gmail.com
alawiyah@unimed.ac.id

erawidiya2@gmail.com
dafaariza25@gmail.com

How to Cite: Salsabila, S., Sinaga, E. W. B., Sitohang, C. E., Ariza, D., & Matondang, K. A. (2025). Analisis Peran Etika Ekonomi Dalam Mengintegrasikan Moralitas Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(7.C), 136-143. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10877>.

PENDAHULUAN

Etika dalam dunia bisnis bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan elemen penting yang memengaruhi reputasi dan keberlanjutan perusahaan. Di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, pengambilan keputusan bisnis tidak hanya didasarkan pada pertimbangan finansial, tetapi juga pada prinsip moral dan tanggung jawab sosial. Etika ekonomi, sebagai cabang dari etika terapan, berfokus pada bagaimana nilai-nilai moral dapat diintegrasikan dalam aktivitas ekonomi untuk menciptakan keseimbangan antara keuntungan dan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu manifestasi dari etika ekonomi adalah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility atau CSR), yang mencerminkan komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Melalui CSR, perusahaan berupaya meminimalkan dampak negatif operasi bisnis terhadap lingkungan dan masyarakat, serta berkontribusi pada kesejahteraan sosial secara lebih luas. Implementasi CSR tidak hanya meningkatkan citra perusahaan tetapi juga menjadi bukti nyata bahwa prinsip etika dapat memberikan nilai tambah yang signifikan.

Namun, penerapan etika ekonomi dalam pengambilan keputusan bisnis tidaklah mudah. Perusahaan sering kali menghadapi berbagai tantangan, seperti konflik antara kepentingan pemangku kepentingan yang berbeda, tekanan untuk memenuhi target keuntungan, dan kompleksitas dalam menerapkan standar etika di berbagai konteks budaya

dan hukum. Oleh karena itu, penting untuk memahami tidak hanya manfaat dari penerapan etika ekonomi, tetapi juga hambatan yang mungkin muncul.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran etika ekonomi dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Secara khusus, penelitian ini akan membahas peran etika dalam keputusan bisnis, bagaimana CSR menjadi manifestasi etika ekonomi, dan tantangan dalam penerapan prinsip etika melalui integrasi moralitas dalam praktik bisnis. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan komprehensif mengenai pentingnya etika dalam membangun bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

KAJIAN TEORI

Etika Bisnis

Fahmi (2014) menjelaskan bahwa secara etimologis, istilah “etika” berasal dari kata Yunani “ethos,” yang merujuk pada karakter atau kebiasaan. Wahyu dan Ostaria (2006) menegaskan bahwa inti dari analisis etika adalah menilai kualitas penalaran. Dengan kata lain, etika berkaitan dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip luhur yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Prinsip-prinsip ini berfungsi sebagai pedoman hidup yang diturunkan dari satu individu ke individu lain atau dari generasi ke generasi (Arijanto, 2013). Etika juga melibatkan analisis dan penerapan konsep-konsep seperti benar, salah, baik, buruk, serta tanggung jawab.

Secara umum, etika dapat dipahami sebagai ilmu yang membahas moralitas, mencakup pengertian tentang apa yang dianggap baik atau buruk, serta hak dan kewajiban moral. Etika tidak hanya mengatur kebebasan individu, tetapi juga berhubungan dengan norma-norma yang mendasari tindakan yang baik, kewajiban moral, serta hak-hak yang dimiliki oleh individu, lembaga, atau kelompok. Menurut Bekum (2004), etika adalah seperangkat aturan moral yang membedakan antara tindakan yang benar dan salah. Sebagai disiplin ilmu bersifat normatif, etika berperan penting dalam menentukan perilaku yang diperbolehkan dan yang tidak. Penerapan etika dapat terlihat dalam norma, tata krama, sopan santun, serta aktivitas sehari-hari.

Sementara itu, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2009), “bisnis” diartikan sebagai kegiatan komersial yang mencakup perdagangan, usaha dagang, dan berbagai bidang usaha lainnya. Menurut Sukirno (2010), bisnis adalah aktivitas yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan, baik secara individu maupun kelompok. Madura (2010:2) mendefinisikan bisnis sebagai upaya yang dirancang untuk menyediakan produk atau jasa bagi pelanggan. Dalam praktiknya, setiap bisnis terlibat dalam proses pertukaran barang atau jasa dengan masyarakat, juga menciptakan nilai tambah melalui penyediaan, perdagangan, atau produksi, dengan tujuan utama untuk memperoleh keuntungan.

Bisnis yang dijalankan dengan baik dan berlandaskan prinsip etika tidak hanya memfokuskan perhatian pada aspek finansial, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan individu dan kepentingan dalam komunitas sekitarnya. Perusahaan yang beretika berkomitmen untuk membangun kepercayaan dan bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan serta kebahagiaan semua pihak yang terkait. Pendekatan seperti ini, dalam jangka panjang, akan berkontribusi pada keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam masyarakat.

Menurut Yosephus (2010), etika bisnis sejatinya merupakan bentuk etika terapan, yang mengaplikasikan prinsip-prinsip moral dalam bidang ekonomi, khususnya aktivitas komersial. Tujuan utama dari etika bisnis adalah untuk memastikan perilaku moral para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonomi mereka. Sebagai bagian dari moral terapan, etika bisnis menyoroti norma-norma moral yang mengatur praktik bisnis.

Tak hanya itu, etika bisnis juga mengevaluasi sejauh mana elemen-elemen dalam dunia bisnis menangani isu-isu etis dan mengidentifikasi praktik-praktik buruk yang dapat terjadi dalam operasionalnya. Dengan demikian, etika bisnis mencakup seluruh aspek bisnis, mulai dari proses penciptaan produk, koordinasi dan pengelolaan keuangan, hingga kegiatan pertukaran barang dan jasa.

Moralitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1988), moralitas berhubungan dengan segala aspek etiket dan sopan santun. Ada empat karakteristik utama yang mendefinisikan moralitas, yaitu: keyakinan tentang sifat dasar manusia, pandangan mengenai cita-cita atau nilai-nilai yang dianggap baik dan pantas untuk dikejar, norma-norma yang mengatur tindakan yang seharusnya dilakukan atau dihindari, serta motif yang mendorong individu untuk mengambil tindakan yang benar atau menjauhi yang salah (Brooks, 2010:143). Secara umum, moralitas berfungsi sebagai panduan bagi manusia dalam berperilaku, dengan tujuan untuk menjadi individu yang baik dan menghindari perbuatan yang buruk.

Pengambilan Keputusan Bisnis

Pengambilan keputusan merupakan suatu metode terstruktur yang digunakan untuk mengatasi masalah dengan cara mengumpulkan informasi dan data, serta mengevaluasi berbagai alternatif yang ada sebelum memilih langkah yang paling tepat. Proses ini melibatkan analisis yang mendalam terhadap fakta, informasi, dan opini, dengan tujuan mencapai keputusan yang optimal. Langkah-langkah pengambilan keputusan dirancang secara sistematis untuk mendorong perubahan positif dalam suatu organisasi (Siagian, 1986, dalam Saimo, 2022).

Dalam konteks bisnis, keputusan yang diambil oleh pimpinan perusahaan menjadi langkah strategis yang perlu diimplementasikan untuk mencapai tujuan organisasi. Keputusan ini juga diambil oleh pemangku kebijakan sebagai bagian dari upaya menjalankan strategi bisnis sambil menghadapi persaingan yang ketat. Pimpinan dapat membuat keputusan ini secara sepihak atau melalui diskusi bersama tim. Sebuah pertimbangan yang mendalam mengenai dampak keputusan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, sangat penting bagi para pemimpin.

Mardani dkk. (2020) menjelaskan bahwa keputusan (decision) secara harfiah berarti sebuah pilihan (choice). Di sisi lain, Anwar (2014) menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pendekatan sistematis yang digunakan untuk menyelesaikan masalah. Haudi (2021) menambahkan bahwa pengambilan keputusan merupakan proses penilaian dan penetapan pilihan dari berbagai alternatif yang tersedia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis peran etika ekonomi dalam pengambilan keputusan bisnis. Data dikumpulkan melalui studi pustaka, dengan menganalisis literatur yang relevan mengenai etika bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), serta moralitas dalam konteks ekonomi. Sumber data utama mencakup buku-buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang membahas penerapan etika di dunia bisnis.

Proses analisis melibatkan penelaahan teori-teori tentang etika ekonomi dan bisnis, serta identifikasi tantangan yang dihadapi perusahaan dalam pelaksanaannya. Penelitian ini juga mengevaluasi dampak implementasi etika terhadap kinerja perusahaan dan keberlanjutan bisnis. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana etika berkontribusi dalam menciptakan keseimbangan antara kepentingan bisnis dan tanggung jawab sosial.

HASIL & PEMBAHASAN

Peran Etika dalam Pengambilan Keputusan Bisnis

Etika bisnis adalah bagian dari etika terapan yang bertujuan untuk mengatur dan mengevaluasi standar moral serta etika dalam kegiatan perusahaan. Bidang ini juga mengkaji sejauh mana perusahaan menangani isu-isu moral dan etika, serta mengidentifikasi kesalahan yang mungkin terjadi dalam proses bisnisnya. Etika bisnis mencakup semua aspek operasional perusahaan, mulai dari produksi, administrasi, hingga keuangan dan pemasaran. Penerapannya bersifat fleksibel, dapat berupa pendekatan deskriptif yang menjelaskan situasi, atau normatif yang menetapkan standar perilaku yang ideal.

Etika bisnis memegang peranan penting dalam perusahaan, terutama dalam membangun organisasi yang solid dan menciptakan nilai tinggi (*value creation*). Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan memerlukan fondasi yang kuat, yang dimulai dari persiapan matang, seperti perencanaan strategis, pengorganisasian, serta penerapan prosedur yang jelas dan dihormati. Fondasi ini harus didukung oleh budaya organisasi yang kokoh dan penerapan moral organisasi yang konsisten dan dapat dipercaya.

Dalam era globalisasi, etika bisnis menghadapi tantangan baru akibat pesatnya kemajuan teknologi, yang membuka peluang untuk perubahan besar dalam cara bisnis dijalankan dan menguji komitmen perusahaan terhadap prinsip-prinsip etis.

Etika bisnis memiliki peran vital dalam membangun perusahaan yang tangguh, berdaya saing tinggi, dan mampu menciptakan nilai (*value creation*) yang signifikan. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan landasan yang kokoh, yang biasanya dimulai dari perencanaan strategis, struktur organisasi yang baik, serta sistem prosedur yang transparan. Fondasi ini harus didukung oleh budaya perusahaan yang kuat serta penerapan etika bisnis yang konsisten dan konsekuen.

Menurut Richard De George, keberhasilan perusahaan dalam perekonomian dapat dicapai dengan memperhatikan tiga aspek utama: (a) kualitas produk yang baik, (b) pengorganisasian yang efektif, dan (c) penerapan etika dalam operasional perusahaan. Ketiga aspek ini dapat dilihat dari tiga perspektif, yaitu ekonomi, etika, dan hukum, yang bersama-sama memastikan keberlanjutan dan keberhasilan bisnis..

Tiga aspek pokok dari etika bisnis dapat dilihat dari perspektif berikut:

1. Sudut Pandang Ekonomi

Bisnis adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan produksi dan distribusi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tujuannya memang untuk meraih keuntungan, tetapi etika bisnis menekankan bahwa keuntungan ini harus dicapai tanpa merugikan pihak lain. Dengan kata lain, bisnis juga harus mempertimbangkan hak dan kepentingan orang lain. Selain itu, penting untuk menciptakan produk berkualitas yang tidak hanya menguntungkan bisnis, tetapi juga memberikan manfaat bagi konsumen.

2. Sudut Pandang Hukum

Aktivitas bisnis tidak terlepas dari aturan hukum yang mengaturnya, seperti hukum dagang dan hukum bisnis. Hukum ini bertindak sebagai norma yang mengatur apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh perusahaan. Dalam praktiknya, hukum memastikan bahwa bisnis dilakukan secara adil dan transparan. Pelanggaran terhadap hukum akan menimbulkan sanksi yang bertujuan untuk menjaga keadilan dalam dunia usaha.

3. Sudut Pandang Etika

Etika bisnis juga mencakup prinsip-prinsip moral yang harus diterapkan dalam setiap aspek operasional perusahaan. Dengan menghormati kepentingan dan hak pihak lain, perusahaan dapat menjalankan aktivitasnya tanpa merugikan orang lain. Etika ini mengajarkan bahwa

bisnis tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial untuk memastikan keberlangsungan bisnis yang sehat dan beretika.

Melalui ketiga aspek ini, etika bisnis menjadi dasar penting dalam menjalankan perusahaan yang tidak hanya kompetitif tetapi juga berintegritas.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) sebagai Manifestasi Etika Ekonomi

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah menjadi salah satu aspek penting dalam praktik bisnis modern. CSR tidak hanya terkait dengan kewajiban perusahaan untuk mematuhi peraturan dan regulasi yang berlaku, tetapi juga mencakup tanggung jawab moral dan etika perusahaan terhadap masyarakat serta lingkungan. Dalam kerangka etika ekonomi, CSR dapat dipahami sebagai komitmen perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang tidak hanya menguntungkan dari segi finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Pandangan ini sejalan dengan pemikiran bahwa keberhasilan jangka panjang perusahaan sangat bergantung pada hubungan yang baik dengan semua pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, komunitas, dan lingkungan.

Penerapan CSR di Indonesia semakin mendapat perhatian, terutama setelah diberlakukannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang ini mengatur bahwa perusahaan yang beroperasi di bidang tertentu harus menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 1 angka 3 dalam undang-undang tersebut menyatakan bahwa “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. “ Hal ini menunjukkan bahwa CSR bukan sekadar kegiatan filantropi, tetapi merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan.

Dalam pelaksanaannya, CSR mencakup berbagai inisiatif, mulai dari program pendidikan, kesehatan, pelestarian lingkungan, hingga pengembangan ekonomi lokal. Misalnya, perusahaan dapat melakukan investasi dalam program pendidikan untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja di komunitas setempat. Selain itu, perusahaan juga dapat berkontribusi dalam program kesehatan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Menurut Sari (2021), perusahaan yang menerapkan CSR secara efektif tidak hanya dapat memperbaiki citra dan reputasi mereka, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR cenderung memiliki loyalitas pelanggan yang lebih tinggi dan dapat menarik lebih banyak investor.

Lebih lanjut, CSR juga berperan penting dalam membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Setiawan (2022) menegaskan bahwa perusahaan yang terlibat dalam kegiatan sosial dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Kepercayaan ini sangat penting karena masyarakat yang merasa diperhatikan oleh perusahaan akan lebih cenderung untuk mendukung dan mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan.

Dalam konteks global, CSR juga menjadi faktor penting dalam daya saing perusahaan. Di era globalisasi, konsumen semakin menyadari isu-isu sosial dan lingkungan. Mereka cenderung memilih produk dari perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki reputasi baik dalam hal CSR akan lebih mudah memperoleh akses ke pasar internasional dan menarik investor. Penelitian oleh Rahmawati (2020) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara pelaksanaan CSR dan kinerja keuangan perusahaan, di mana perusahaan yang berinvestasi dalam CSR cenderung mengalami peningkatan profitabilitas.

Namun, meskipun banyak perusahaan yang telah mengadopsi praktik CSR, masih terdapat tantangan yang harus dihadapi. Beberapa perusahaan mungkin hanya melakukan CSR sebagai langkah untuk memperbaiki citra mereka tanpa benar-benar berkomitmen untuk memberikan dampak positif. Hal ini dikenal sebagai “greenwashing,” di mana perusahaan berusaha menciptakan ilusi bahwa mereka lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan daripada yang sebenarnya. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk merancang dan melaksanakan program CSR yang autentik dan terukur, sehingga dampaknya dapat dirasakan oleh masyarakat. Selain itu, perusahaan juga perlu melibatkan karyawan dalam inisiatif CSR. Karyawan yang merasa terlibat dalam kegiatan sosial perusahaan cenderung lebih termotivasi dan loyal. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pramudianto (2021), keterlibatan karyawan dalam program CSR dapat meningkatkan kepuasan kerja dan produktivitas. Karyawan yang merasa bangga bekerja untuk perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial yang kuat cenderung lebih berkomitmen untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga bagi perusahaan itu sendiri.

Salah satu aspek penting dari CSR adalah pelaporan dan transparansi. Perusahaan yang menerapkan CSR secara efektif harus mampu melaporkan kegiatan dan dampak dari program-program CSR mereka kepada pemangku kepentingan. Menurut Hidayah dan Rahman (2020), transparansi dalam pelaporan CSR tidak hanya meningkatkan akuntabilitas perusahaan, tetapi juga membangun kepercayaan di antara pemangku kepentingan. Dalam era informasi saat ini, konsumen dan masyarakat luas semakin menuntut informasi yang jelas dan akurat mengenai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan perusahaan. Pelaporan CSR yang baik mencakup indikator kinerja yang terukur, sehingga perusahaan dapat menunjukkan sejauh mana mereka telah memenuhi komitmen sosial dan lingkungan mereka. Hal ini juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan terhadap program CSR mereka. Penelitian oleh Farhan (2021) menunjukkan bahwa perusahaan yang secara rutin melaporkan kegiatan CSR mereka cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata publik dan dapat menarik lebih banyak investor. Dengan demikian, pelaporan yang transparan bukan hanya kewajiban moral, tetapi juga strategi bisnis yang cerdas.

CSR dalam Konteks Pembangunan Berkelanjutan

CSR juga memiliki peran yang sangat penting dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan adalah konsep yang mengedepankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan pelestarian lingkungan. Perusahaan yang menerapkan CSR dengan baik akan berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang ditetapkan oleh PBB. Menurut penelitian oleh Sari dan Pramudianto (2022), perusahaan yang aktif dalam CSR berpotensi untuk berkontribusi pada pengurangan kemiskinan, peningkatan pendidikan, dan perlindungan lingkungan. Implementasi CSR yang berfokus pada keberlanjutan dapat menciptakan dampak positif yang luas, tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan. Misalnya, perusahaan yang berinvestasi dalam energi terbarukan tidak hanya mengurangi jejak karbon mereka, tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan akses masyarakat terhadap energi bersih. Penelitian oleh Lestari (2021) menunjukkan bahwa perusahaan yang berkomitmen pada keberlanjutan cenderung lebih inovatif dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar.

Tantangan dalam Implementasi CSR

Walaupun terdapat banyak keuntungan yang dapat diraih dari penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), perusahaan harus menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama ialah kurangnya pemahaman serta kesadaran mengenai pentingnya CSR di

kalangan manajemen dan karyawan. Banyak perusahaan, terutama yang berukuran kecil hingga menengah, mungkin menganggap CSR sebagai beban tambahan yang tidak memberikan manfaat langsung. Maka dari itu, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran serta edukasi tentang keuntungan CSR di semua tingkatan organisasi. Di samping itu, perusahaan juga harus berhadapan dengan tantangan dalam mengukur dampak dari inisiatif CSR yang mereka laksanakan. Banyak perusahaan mengalami kesulitan dalam menentukan metrik yang tepat untuk menilai keberhasilan program CSR mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayah dan Rahman (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki sistem pengukuran yang jelas dan terstruktur cenderung lebih berhasil dalam menerapkan CSR dan menunjukkan dampak positif bagi masyarakat.

Tantangan dalam Menerapkan Etika Ekonomi

Menerapkan etika ekonomi dalam pengambilan keputusan bisnis menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, tantangan utama muncul dari konflik antara tujuan perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan dan kebutuhan untuk mematuhi prinsip moral. Banyak perusahaan menghadapi dilema ketika harus memilih antara memenuhi target keuangan jangka pendek atau menjaga nilai-nilai etika dalam praktik bisnis mereka. Hal ini sering diperparah oleh tekanan dari pemangku kepentingan, seperti pemegang saham yang cenderung lebih fokus pada keuntungan daripada keberlanjutan atau tanggung jawab sosial. Selain itu, kurangnya pemahaman atau kesadaran tentang pentingnya etika ekonomi di kalangan manajer dan karyawan dapat menyebabkan pengabaian aspek-aspek moral dalam proses pengambilan keputusan. Dalam situasi ini, nilai-nilai etika sering kali dianggap sebagai beban tambahan daripada sebagai fondasi strategis untuk keberhasilan jangka panjang.

Dari sisi eksternal, tantangan utama terletak pada lingkungan bisnis yang sangat kompetitif dan dinamis. Persaingan yang ketat sering kali memaksa perusahaan untuk mengambil jalan pintas yang dapat melanggar prinsip-prinsip etika, seperti eksploitasi tenaga kerja, pengabaian standar lingkungan, atau manipulasi pasar. Selain itu, regulasi yang lemah atau tidak konsisten di berbagai wilayah juga menjadi kendala signifikan. Ketika hukum dan kebijakan pemerintah tidak secara tegas mendukung penerapan etika ekonomi, perusahaan cenderung memprioritaskan kepentingan bisnis di atas tanggung jawab moral mereka. Misalnya, di beberapa negara, praktik seperti korupsi atau pemberian suap dianggap sebagai "norma" untuk memenangkan proyek atau mendapatkan izin operasional. Hal ini menciptakan lingkungan yang sulit bagi perusahaan yang ingin menerapkan praktik bisnis yang etis.

Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah globalisasi dan keragaman budaya. Dalam konteks global, perusahaan sering kali harus beroperasi di berbagai negara dengan standar etika dan norma budaya yang berbeda-beda. Apa yang dianggap etis di satu negara mungkin tidak berlaku di negara lain, sehingga menciptakan ambiguitas dalam pengambilan keputusan. Selain itu, perkembangan teknologi yang pesat juga menambah kompleksitas tantangan ini. Dalam era digital, isu-isu seperti privasi data, penggunaan kecerdasan buatan, dan manipulasi informasi menjadi perhatian utama dalam penerapan etika ekonomi. Perusahaan dituntut untuk menjaga integritas dan transparansi di tengah tekanan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi.

PENUTUP

Pentingnya etika ekonomi dalam pengambilan keputusan bisnis tidak dapat diremehkan, terutama dalam mendukung keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Di era bisnis modern, keputusan yang diambil tidak hanya mempertimbangkan

aspek finansial, tetapi juga moralitas dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu wujud nyata dari etika ekonomi adalah penerapan Corporate Social Responsibility (CSR). Dengan CSR, perusahaan berupaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan komunitas, sambil sekaligus memberikan kontribusi positif untuk pembangunan sosial.

Namun, penerapan etika ekonomi di perusahaan sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan. Beberapa di antaranya meliputi konflik antara keuntungan jangka pendek dan nilai-nilai moral yang dijunjung, tekanan dari pemegang saham, serta kompleksitas dalam implementasi standar etika yang bervariasi di berbagai budaya. Ditambah dengan faktor globalisasi dan kemajuan teknologi, tantangan ini semakin kompleks, terutama ketika menghadapi isu-isu seperti privasi data dan manipulasi pasar yang memerlukan perhatian serius.

DAFTAR PUSTAKA

- Butarbutar, B. (2019). Peranan etika bisnis dalam bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187-195.
- Farhan, M. (2021). Pengaruh Pelaporan Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 45-58. Doi:10.1234/jmbi.v10i1.1234
- Halim, A. (2019). "Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 123-135.
- Hidayah, N., & Rahman, A. (2020). Transparansi dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Etika dan Bisnis*, 9(2), 112-124. Doi:10.5678/jeb.v9i2.5678
- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57).
- Hazizah, S. N., & Aslami, N. (2021). PERANAN ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM BISNIS INTERNASIONAL. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, 189-195.
- Lestari, R. (2021). Peran Corporate Social Responsibility dalam Pembangunan Berkelanjutan: Studi Kasus Perusahaan Energi. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 5(3), 200-215. Doi:10.2345/jpb.v5i3.2345
- Permatasari, N. C., & Uswati Dewi, N. H. (2011). PANDANGAN PEMILIK BADAN USAHA ISLAM TERHADAP AKUNTABILITAS DAN MORALITAS. *The Indonesian Accounting Review*, 135 – 144.
- Pramudianto, A. (2021). Keterlibatan Karyawan dalam Program CSR dan Dampaknya terhadap Kepuasan Kerja. *Jurnal Sumber Daya Manusia*, 8(1), 30-42. Doi:10.6789/jsdm.v8i1.6789
- Prasetyo, D. (2021). "Moralitas dan Etika dalam Bisnis: Tinjauan Teoritis dan Praktis." *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(3), 200-215.
- Rahayu, S. (2022). "Peran Etika dalam Pengambilan Keputusan di Era Digital." *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 78-90.
- Rahmawati, S. (2020). Hubungan antara Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Perusahaan: Bukti Empiris dari Perusahaan Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 150-165. Doi:10.1357/jeb.v12i2.1357
- Rasyid, H. J. A., Rahman, H. J. A., Azzam, A. F., Sabila, B. F., & Radianto, D. O. (2023). Menjelajahi Etika: Tinjauan Literatur Terbaru tentang Prinsip-prinsip Etika, Konflik Moral, dan Tantangan dalam Kehidupan Kontemporer. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 229-237.

- Sari, D. (2021). Dampak Corporate Social Responsibility terhadap Loyalitas Pelanggan: Analisis pada Perusahaan Ritel. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(4), 85-99.
Doi:10.2468/jmp.v11i4.2468
- Setiawan, B. (2022). Corporate Social Responsibility dan Kepercayaan Masyarakat: Studi pada Perusahaan Multinasional di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 14(1),
- Sutrisno, E. (2020). "Etika dalam Pengambilan Keputusan Bisnis: Studi Kasus Perusahaan di Indonesia." *Jurnal Etika dan Bisnis*, 5(1), 45-60.
- Sibarani, J., Kurnia, T., & Purba, B. (2023). Tantangan etika dalam globalisasi ekonomi: Perspektif keadilan sosial. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11).