



ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA PERUSAHAAN DAGANG

Neni Wulandari

¹ Universitas K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

E-mail : neniwulandari35@gmail.com¹

Abstrak,

Perusahaan dagang di Indonesia merupakan entitas usaha yang memiliki kontribusi sangat penting terhadap perekonomian nasional sejak dahulu hingga saat ini. Kontribusi perusahaan dagang di Indonesia dapat dilihat dari munculnya berbagai jenis toko, mulai dari toko kelontong, swalayan, supermarket, hingga pusat perbelanjaan (mal) yang menyediakan produk dari pemasok tanpa mengubah bentuk produk tersebut. Dalam menjalankan kegiatan usaha, penerapan etika bisnis menjadi faktor yang berperan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha di berbagai sektor, termasuk pada perusahaan dagang. Namun demikian, masih terdapat berbagai pelanggaran yang dilakukan oleh individu maupun pelaku usaha di sektor perdagangan yang dapat mengganggu stabilitas dan keberlanjutan kegiatan usaha.

Kata Kunci: Perusahaan, Etika Bisnis, Perdagangan, Keberlanjutan Bisnis

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.

Keywords: *Company, Business ethics, Trade, Business continuity*

PENDAHULUAN

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 dengsan 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).

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 berhari-hari, terlebih jika mengalami hambatan dalam pelaksanaannya.

Setiap manusia pasti membutuhkan finansial guna mencukupi sebuah kebutuhan hidupnya sehari-hari. Oleh karenanya, manusia berusaha memperoleh finansial dengan cara berbisnis. Bisnis yang dipraktikkan di era sekarang sangat jauh berbeda dengan bisnis yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW zaman dulu. Di era sekarang semakin banyak kebutuhan manusia ketika mereka tidak bisa memenuhinya maka mereka akan menyalahgunakan sebuah bisnis, kebanyakan mereka yang serakah akan harta tidak bisa dipungkiri mereka akan berbuat curang dalam berbisnis. Tujuan berbisnis salah satunya adalah untuk memperoleh keuntungan seberapa keuntungan yang mereka dapatkan seharusnya tetap harus disyukuri dan diterima apa adanya. Akan tetapi di era sekarang keuntungan besar lah yang menjadi incaran mereka para pebisnis, demi keuntungan yang banyak mereka menghalalkan segala cara walaupun itu dilarang oleh agama. cara berbisnis. Bisnis yang dipraktikkan di era sekarang sangat jauh berbeda dengan bisnis yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW zaman dulu. Di era sekarang semakin banyak kebutuhan manusia ketika mereka tidak bisa memenuhinya maka mereka akan menyalahgunakan sebuah bisnis, kebanyakan mereka yang serakah akan harta tidak bisa dipungkiri mereka akan berbuat curang dalam berbisnis. Tujuan berbisnis salah satunya adalah untuk memperoleh keuntungan seberapa keuntungan yang mereka dapatkan



seharusnya tetap harus disyukuri dan diterima apa adanya. Akan tetapi di era sekarang keuntungan besar lah yang menjadi incaran mereka para pebisnis, demi keuntungan yang banyak mereka menghalalkan segala cara walaupun itu dilarang oleh agama.

TINJAUAN TEORITIK

Etika Bisnis dan Konsepnya

Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip moral dan nilai yang memandu perilaku pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya agar sesuai dengan standar moral, hukum, dan sosial yang berlaku. Menurut Ferrell, Fraedrich, dan Ferrell (2019), etika bisnis mencakup nilai-nilai yang mempengaruhi keputusan dan tindakan organisasi serta individu dalam konteks bisnis. Etika bisnis berperan sebagai pedoman yang memastikan bahwa praktik bisnis tidak hanya bertujuan untuk keuntungan finansial semata, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan konsumen, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, etika bisnis berfungsi sebagai pilar penting dalam pembangunan usaha yang berkelanjutan dan berintegritas.

Etika Bisnis dalam Konteks Perusahaan Dagang

Perusahaan dagang merupakan bentuk entitas usaha yang bergerak dalam aktivitas jual-beli barang dan jasa. Kegiatan ini melibatkan hubungan yang kompleks antara pemasok, distributor, konsumen, dan regulator. Menurut Crane dan Matten (2016), penerapan etika dalam perusahaan dagang sangat krusial karena berkaitan dengan transparansi transaksi, kejujuran informasi produk, dan perlindungan hak konsumen. Etika bisnis di sektor perdagangan mencakup keadilan harga, kejujuran dalam promosi, serta tanggung jawab terhadap kualitas produk. Pelanggaran etika, seperti praktik penipuan, manipulasi harga, atau penyebaran informasi yang tidak akurat, tidak hanya merugikan konsumen tetapi juga dapat menurunkan reputasi perusahaan dan mengancam keberlangsungan usahanya.

Kelangsungan Usaha dan Faktor Penentu

Kelangsungan usaha atau *business continuity* mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan operasionalnya dalam jangka panjang di tengah dinamika pasar dan tantangan eksternal. Menurut Herbane (2010), kelangsungan usaha ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam mengantisipasi risiko, beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, serta menerapkan tata kelola yang efektif. Dalam konteks perusahaan dagang, kelangsungan usaha sangat bergantung pada kepercayaan konsumen, loyalitas pasar, dan stabilitas hubungan dengan pemasok. Ketidakpatuhan

terhadap etika bisnis dapat memicu resistensi pasar, menurunkan loyalitas konsumen, dan meningkatkan risiko litigasi, yang semuanya berkontribusi terhadap gangguan kelangsungan usaha.

Hubungan Etika Bisnis dan Kelangsungan Usaha

Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis berbanding lurus dengan kinerja dan kelangsungan usaha. Arli dan Kowatsch (2017) menyatakan bahwa perusahaan yang konsisten menerapkan etika bisnis cenderung mendapatkan kepercayaan publik yang lebih tinggi, yang berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas pelanggan dan stabilitas pendapatan. Selain itu, penelitian oleh Murtaza et al. (2018) menemukan bahwa komitmen terhadap etika bisnis memperkuat reputasi perusahaan dan mengurangi risiko konflik internal serta sanksi eksternal. Dalam jangka panjang, etika bisnis menjadi mekanisme pengelolaan risiko yang efektif, yang pada akhirnya mendukung kesinambungan operasional perusahaan.

Tantangan Implementasi Etika Bisnis dalam Perusahaan Dagang

Meskipun etika bisnis memberikan manfaat strategis, implementasinya dalam praktik masih menghadapi tantangan signifikan. Kebijakan internal yang lemah, tekanan kompetitif yang tinggi, serta kurangnya pemahaman manajemen tentang prinsip etika sering menjadi hambatan utama. Menurut Singh dan Misra (2019), kurangnya pelatihan etika dan budaya organisasi yang tidak mendukung menjadikan penerapan etika lebih bersifat formalitas tanpa integrasi nyata dalam praktik bisnis harian. Di sektor perdagangan, persaingan harga yang ketat dan tuntutan efisiensi seringkali memicu kompromi terhadap prinsip etika demi keuntungan jangka pendek, yang pada akhirnya berpotensi mengancam kelangsungan usaha.

METODE PENELITIAN

Metode kepustakaan (library research), Penelitian kepustakaan merupakan metode dengan melakukan pengumpulan berbagai data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah data tersebut sebagai bahan penelitian (Zed, 2008). Sumber data berasal dari berbagai literatur baik dari buku, jurnal ilmiah dan informasi dari internet yang berkaitan dengan resesi di indonesia yang akan terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika

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 telah 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

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 memperdagakan barang-barang maupun mengadakan komitmen perniagaan. Artinya, perusahaan tidak semata-mata bertindak untuk mencapai keuntungan namun juga sebagai sebuah aktivitas yang meliput 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.

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

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>
- Arli, D., & Kowatsch, T. (2017). The Ethical Consumer and Retailing. *Journal of Retailing*



and Consumer Services, 39, 154–162.

- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, 6(02).
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization* (4th ed.). Oxford University Press.
- Faradiza, S. A. (2019). FRAUD PENTAGON DAN KECURANGAN LAPORAN 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.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2019). *Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases*. Cengage Learning.
- Herbane, B. (2010). *Small Business Research: Time for a Crisis-Based View. International Small Business Journal*, 28(1), 43–64.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourism> [journal/article/view/13794](https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourism/journal/article/view/13794).
- KEUANGAN Sekar Akrom Faradiza. Sekar Akrom Faradiza, 4988, 1–22.
- Murtaza, M. B., et al. (2018). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance: A Study of Pakistani Firms*. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(5), 174–180.
- Pandin, M. L. (2009). Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern. *Nuclear Instruments and Methods*, 164(2), 255–265.
- Singh, A., & Misra, K. (2019). Ethical Practices and Organizational Commitment: A Study among Indian Managers. *Journal of Business Ethics*, 154(1), 225–239.
- Sukirno, Z. L. (2017). Model Komunikasi Pemasaran Bisnis Jasa. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(1), 13.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourism> [journal/article/view/13794](https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourism/journal/article/view/13794).