

Memahami Etika dan Moral Dalam Pengembangan Bisnis Islam

Sugito, Reka Rahayu, Reza Fazriah, Kurnia Astuti

Institut Agama Islam Rokan, Riau, Indonesia

Email : sugie.hf@gmail.com, rahayureka707@gmail.com, rezafazriah863@gmail.com,
indrikurniaastuti@gmail.com

Abstract

Morals and ethics play an important role in life, including in business. Morals is a term that encompasses practices, activities, and values that distinguish what is good and what is bad. In a business context, morals and ethics must be applied to ensure that business decisions taken not only benefit the company, but also consider their impact on society and the environment. Moral shifts in society can be caused by various factors, including social, economic, and political changes. Therefore, it is important to maintain moral and ethical values in everyday life, including in business. In business, morals and ethics must be applied in decisions made, such as in resource management, product development, and customer service. Companies that have a strong commitment to morals and ethics will have a good reputation and can maintain customer trust. In building an ethical business, companies must have a strong commitment to moral and ethical values, and apply these principles in the decisions made. This can be done by building a strong corporate culture, maintaining transparency and accountability, and ensuring that decisions taken not only benefit the company, but also consider their impact on society and the environment.

Keywords: business ethics and morals

Abstrak

Moral dan etika memiliki peran penting dalam kehidupan, termasuk dalam bisnis. Moral adalah istilah yang mencakup praktik, kegiatan, dan nilai-nilai yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk. Dalam konteks bisnis, moral dan etika harus diterapkan untuk memastikan bahwa keputusan bisnis yang diambil tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Pergeseran moral di masyarakat dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Oleh karena itu, penting untuk mempertahankan nilai-nilai moral dan etika dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam bisnis. Dalam bisnis, moral dan etika harus diterapkan dalam keputusan-keputusan yang diambil, seperti dalam pengelolaan sumber daya, pengembangan produk, dan pelayanan kepada pelanggan. Perusahaan yang memiliki komitmen kuat terhadap moral dan etika akan memiliki reputasi yang baik dan dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan. Dalam membangun bisnis yang beretika, perusahaan harus memiliki komitmen kuat terhadap nilai-nilai moral dan etika, serta menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam keputusan-keputusan yang diambil. Hal ini dapat dilakukan dengan membangun budaya perusahaan yang kuat, mempertahankan transparansi dan akuntabilitas, serta memastikan bahwa keputusan-keputusan yang diambil tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.

Kata kunci : etika dan moral bisnis

Pendahuluan

Istilah etika memiliki banyak makna berbeda. Ada yang menyebutkan bahwa etika adalah semacam penelaahan, baik aktivitas penelaahan maupun hasil penelaahan itu sendiri. Pendapat lain menyebutkan bahwa etika adalah kajian moral. Sedangkan moral adalah pedoman yang dimiliki individu atau kelompok mengenai apa itu benar dan salah, atau baik dan buruk suatu perbuatan (al-Qaradhawi, 1997)

Meskipun etika berkaitan dengan moral, namun tidak sama persis dengan moral. Etika merupakan studi standar moral yang tujuan utamanya adalah menentukan standar yang benar atau yang didukung oleh penalaran yang baik, dan dengan demikian etika mencoba mencapai kesimpulan tentang moral yang benar dan salah, dan moral yang baik dan buruk (Sugito, 2023a).

Moral berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, dan karenanya diperbolehkan atau tidak, dari perilaku manusia (Indranata, 2022). Moral selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia, dan kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting (Sugito, 2023b). Selama perusahaan memiliki produk yang berkualitas dan berguna untuk masyarakat disamping itu dikelola dengan manajemen yang tepat dibidang produksi, finansial, sumber daya manusia dan lain-lain tetapi tidak mempunyai etika, maka kekurangan ini cepat atau lambat akan menjadi batu sandungan bagi perusahaan tersebut (Sudarmanto, 2023).

Bisnis merupakan suatu unsur mutlak yang perlu dalam masyarakat modern. Tetapi kalau merupakan fenomena sosial yang begitu hakiki, bisnis tidak dapat dilepaskan dari aturan-aturan main yang selalu harus diterima dalam pergaulan sosial, termasuk juga aturan-aturan moral (Hamzah Ya'qub, 1983)

Metode Penelitian

Metode penelitian dalam jurnal ini menggunakan metode kepustakaan dengan dua data yaitu data primer dan data sekunder. data primer terdiri dari buku-buku. dan data sekunder terdiri dari jurnal, skripsi, makalah, majalah, dan hal lain yang memiliki bahan referensi bahasan pada jurnal, sesuai dengan judul penelitian (Herdiansyah, 2012)

Pembahasan

Etika Bisnis

Secara etimologi (asal kata) etika berasal dari kata "ethicus" (Bahasa Latin) dan "eticos" (Bahasa Yunani) yang memiliki makna "kebiasaan". Menurut Harmon Chaniago etika adalah nilai-nilai yang dianut oleh suatu masyarakat, didasarkan pada kebiasaan mereka. Hal ini dipertegas oleh Barten dalam Gustina "etika dapat diartikan sebagai nilai-nilai dan norma-norma moral dalam suatu masyarakat. Di sini terkandung arti moral atau moralitas seperti apa yang boleh dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan yang pantas atau tidak, dan sebagainya" (Rokhim, et al., 2025)

Dari beberapa definisi di atas mengenai etika, dapat kita tarik kesimpulan bahwa etika adalah hal yang penuh dengan pandangan atau nilai yang dianut oleh masyarakat, di mana dasar nilai itu dibangun dari kebiasaan yang mereka lakukan. Membahas mengenai etika, maka kita akan masuk pada ranah kebiasaan yang terjadi pada suatu masyarakat, etika akan berbicara mengenai benar atau salah. Kebiasaan yang berlaku disuatu tempat biasanya mengacu pada adat istiadat, norma, peraturan, budaya dan lainnya. Semakin seseorang sesuai dengan kebiasaan setempat, maka dapat dikatakan ia semakin beretika di tempat yang bersangkutan (Sudarmanto, 2022).

Bila kita lihat lebih jauh, ada perbedaan yang nyata antara etika dan etiket, Etiket berasal dari Bahasa Prancis "Etiquette" yang berarti kartu undangan yang dipakai oleh raja-raja Prancis dalam mengadakan acara formal. Pada kartu undangan tersebut tertera aturan yang harus diikuti bila akan menghadiri undangan seperti: pakaian, dasi, tempat duduk dan sebagainya. Dalam perkembangannya etiket lebih menitik beratkan pada sikap dan perbuatan yang lebih real (*applicative*), ia berbicara apa yang seharusnya dilakukan sesuai aturan yang ada. Dalam wujudnya etiket dapat dilihat dari tata karma, sopan santun, norma, perbuatan, kelakuan dan tindak tanduk (Widharta & Sugiharto, 2013)

Bisnis adalah kegiatan-kegiatan teratur melayani dalam suatu kebutuhan yang bersifat umum (artinya: non personal) sambil memperoleh pendapatan (*income*). Hal ini dipertegas Skinner dalam Pandji "bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Sedangkan menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai the buying and selling of goods and services. Sedangkan perusahaan bisnis adalah organisasi yang terlibat dalam pertukaran barang, jasa, atau uang untuk menghasilkan keuntungan (Indranata, 2022)

Dahulu bisnis dilakukan dengan cara barter, yaitu kegiatan tukar-menukar barang atau jasa yang terjadi tanpa menggunakan uang sebagai perantara, selanjutnya manusia dihadapkan pada kenyataan bahwa apa yang mereka hasilkan sendiri tidak cukup untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk memperoleh barang-barang yang tidak dapat dihasilkan sendiri mereka mencari dari orang yang mau menukarkan barang yang dimilikinya dengan barang lain yang dibutuhkannya. Jadi barter adalah kegiatan tukar menukar barang (Husna, 2022b).

Menurut Wikipedia Indonesia (2013) kesulitan yang ditemui pada tahap barter adalah kesulitan untuk mempertemukan orang-orang yang saling membutuhkan dalam waktu bersamaan. Kesulitan itu telah mendorong manusia untuk menciptakan kemudahan dalam hal pertukaran, dengan menetapkan benda-benda tertentu sebagai alat tukar. Sampai sekarang barter masih dipergunakan pada saat terjadi krisis ekonomi di mana nilai mata uang mengalami devaluasi akibat hiperinflasi (Husna, 2022a).

Menurut Pandji etika bisnis adalah Etika (*Ethics*) yang menyangkut tata pergaulan di dalam kegiatan-kegiatan bisnis. Bisnis adalah kegiatan-kegiatan teratur yang melayani kebutuhan yang bersifat umum (artinya: non-personal) sambil memperoleh pendapatan (*Income*). Jika di dalam "pendapatan" itu dikalkulasikan laba, maka bisnis tersebut bersifat komersial (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2014). Menurut Wikipedia Indonesia (2014) etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/ mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethics is the science of good and bad*). Jadi dapat kita tarik benang merah bahwa etika bisnis adalah ilmu yang menyangkut tata pergaulan di dalam kegiatan-kegiatan bisnis dimana etika bisnis adalah menerapkan aturan-aturan umum mengenai etika pada perilaku bisnis. Etika bisnis ini menyangkut moral, kontak sosial, hak dan kewajiban, prinsip-prinsip dan aturan-aturan (al-Qaradhawi, 1997).

Moral

Moral adalah istilah yang dipakai untuk mencakup praktik dan kegiatan yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk, aturan-aturan yang mengendalikan kegiatan itu dan nilai-nilai yang tersymbol di dalamnya yang dipelihara atau dijadikan sasaran oleh kegiatan dan praktik tersebut. Istilah moral berasal dari kata latin MOS (Moris) yang berarti istiadat, kebiasaan, tata cara hidup. Seseorang yang bermoral tercermin dari perbuatan yang dilakukan, karena perbuatan adalah bagian dari tindakan moralitas seseorang. Jadi, tingkah laku dikatakan bermoral apabila tingkah laku itu sesuai dengan nilai-nilai moral yang berlaku dalam kelompok sosial di mana anak itu hidup (Stanulis et al., 2007)

Moral dianggap sebagai salah satu alasan yang mendasari dan mendorong seseorang secara beretika. Moral bagian dari jiwa manusia yang tumbuh dan berdiam dalam diri secara kuat, karena setiap orang sudah pasti bermoral. Dan karena moral pula setiap orang bisa mengerti akan makna kehidupan, dan bagaimana cara hidup lebih lebih. Lebih jauh kita harus menyadari tentang struktur masyarakat kita yang homogeny, termasuk memiliki beberapa latar belakang perbedaan pemikiran serta berbagai persepsi yang dimiliki. Sehingga budaya dan kebiasaan yang berlaku di setiap tempat bisa berbeda lagi di tempat yang lain. Atau lebih jauh kita bisa menyimpulkan bahwa sesuatu yang dinyatakan di tempat orang lain itu tidak boleh namun di tempat lain itu dikatakan tidak menjadi masalah.

Moral dan Etika Bisnis

Situasi dan kondisi bisnis saat ini memiliki tingkat kompleksitas yang jauh lebih tinggi dibandingkan di masa lalu. Dipakainya sarana teknologi sebagai perangkat pendukung dalam mempercepat berbagai urusan bisnis telah menimbulkan berbagai efek, baik positif dan negatif. Secara positif ini mempercepat berbagai urusan serta mempersingkat penggunaan waktu dan tenaga. Dari segi negatif telah melahirkan kasus baru dalam bidang kejahatan, yaitu cyber crime. Cyber crime adalah salah satu kejahatan yang marak terjadi untuk saat ini dengan memanfaatkan dunia maya sebagai tempat untuk mengambil keuntungan. Penggunaan perangkat software dalam bentuk jaringan internet merupakan jaringan yang paling diminati oleh para hacker. Hacker adalah pelaku kejahatan dalam dunia maya yang ahli dalam bidang teknologi informasi dan memanfaatkan keahlian itu untuk bidang negatif. Contohnya, memindahkan sejumlah dana dari sebuah perbankan ke rekening milik pribadi, dilakukan secara illegal tanpa diketahui oleh pihak manajemen perbankan tersebut (Husna Z, Nur Latifa, 2020)

Dalam konsep moral dijelaskan secara umum bahwa seseorang dalam menjalankan pekerjaan sangat memperhatikan peraturan-peraturan yang berlaku dan menghindari setiap perbuatan yang tidak boleh dilakukan karena melanggar prinsip moralitas pada dirinya sendiri. Prinsip moral yang dimiliki oleh seseorang akan terus diterapkan sejauh yang bersangkutan mampu untuk mempertahankan prinsip moral tersebut (Indranata, 2022)Sering pekerjaan yang ditekuni memiliki peluang untuk melakukan kejahatan, dan kejahatan tersebut memiliki peluang untuk sulit diketahui oleh orang lain. Peluang sering dikemukakan sebagai sesuatu yang sulit untuk terulang kembali atau tidak akan datang untuk yang kedua kali. Istilah seperti ini sering mendorong seseorang untuk melakukan kejahatan tersebut.

Namun moral bisa bertindak sebagai pengontrol yang membuat seseorang berfikir dua kali atau lebih untuk melakukannya. Ketika moral dikedepankan maka ia menganggap kejahatan adalah tidak sesuai dengan hati nurani, maka yang bersangkutan tidak melakukan kejahatan tersebut. Sehingga secara sederhana kita bisa menyimpulkan jika kepemilikan moral merupakan modal bagi seseorang dalam mempengaruhi kehidupan. Moral memiliki kaitan dengan agama, karena penjelasan setiap sisi dari moral tidak terlepas referensinya dari agama yang dimiliki.

Dengan begitu agama harus dipertahankan identitas kemurniannya agar ia tidak tersentuh atau tidak tercebur oleh berbagai gangguan. Artinya seseorang yang memeluk satu agama diharuskan untuk mengamalkan agama tersebut secara utuh ke dalam sendi-sendi kehidupannya (Liling, 2019)

Pelanggaran etika sering terjadi di saat moral tidak lagi berfungsi secara utuh. Dan merosotnya moral terjadi di saat kebanggaan pada prinsip-prinsip moralitas terabaikan dan diabaikan oleh yang bersangkutan. Mereka yang bangga pada moral telah melahirkan keputusan-keputusan yang berpandangan pada moral. Karena bagi mereka moral memiliki nilai esensi tinggi dalam kehidupan, tidak bisa dikaburkan, tidak bisa dilihat secara bias, namun harus dilihat secara utuh. Jika ini terjadi maka etika akan berlangsung berdasarkan kontrol moral tersebut (Aviatri & Nilasari, 2021) Lahirnya berbagai keputusan dengan mengedepankan prinsip-prinsip etika (*ethic principle*) terbentuk disaat mereka yang membuat keputusan tersebut memiliki nilai-nilai moral yang tinggi. Artinya pembentukan peraturan dengan mengedepankan prinsip moralitas memiliki maksud tersendiri yaitu ingin pihak-pihak yang memakai peraturan tersebut tetap mempertahankan moral yang mereka miliki.

Memang setiap orang memiliki sisi moralnya masing-masing. Namun moral tersebut akan memudar dengan sendirinya disaat seseorang lebih tergoda untuk melakukan immoralitas atau tindakan tidak bermoral. Setiap orang diyakini memiliki prinsip moral, dan itu tercermin dari hati nurani yang dimiliki. Misalnya tindakan ini dan itu dianggap tidak sesuai dengan hati nuraninya, atau sebaliknya hati nuraninya berkeyakinan bahwa itu tidak ada masalah. Dengan kata lain menegakkan dan menyuarakan moral setiap orang harus kembali dan masuk ke dalam dirinya sendiri secara totalitas serta melakukan penggalian dengan dalam untuk kemudian menyuarakannya pada tindakan yang beretika (Aviatri & Nilasari, 2021)

Penyebab Pergeseran Moral di Masyarakat.

Kondisi masyarakat yang heterogen telah menyebabkan pandangan dan pemikiran terjadi dalam berbagai segi. Pandangan pro dan kontra pada saat ini dianggap adalah hal biasa, alam demokrasi telah dirasakan manfaatnya. Sesuatu yang tabu untuk diucapkan menjadi hal biasa untuk didiskusikan. Di satu sisi masyarakat menganggap ini sebagai kemajuan, namun di sisi lain masyarakat menganggap ini sebagai demokrasi yang tidak terkontrol atau melewati batas-batas aturan (Surajiyo & Dhika, 2024)

Perubahan hingga membentuknya dinamika kehidupan yang begitu dinamis pada saat ini tidak terlepas dari peran masuknya berbagai informasi dari luar. Dan sangat tidak memungkinkan pada saat ini jika sebuah negara bertindak dan bersikap menghindari dari dunia luar. terutama bagi negara yang sedang melakukan pembangunan. Aksi atau tindakan yang sifatnya memisahkan diri dari persoalan internasional dan mengambil sikap sendiri dalam melaksanakan pembangunan (*self reliant*), ini semua merupakan bentuk awal dari percobaan untuk memisahkan diri atau delinking, atau aksi yang lebih keras dengan sikap yang jauh lebih radikal ini seperti memisahkan diri dengan sistem dunia ini yang biasa disebut dengan *radical delinking* (M Kamal Hadi, 2015)

Kondisi ini juga terjadi pada dunia bisnis. Bahwa setiap perusahaan yang memiliki produk dan berkeinginan untuk meraih keuntungan yang semakin tinggi harus siap menerima berbagai informasi. Berbagai informasi yang diterima tersebut selanjutnya harus difilter untuk dilakukan pemilahan dan pengalokasian sesuai dengan tempatnya dengan tujuan dapat diketahui mana informasi yang layak untuk diterapkan dan yang mana yang tidak layak untuk diterapkan (Rusdiyanto, 2017)

Pemilahan informasi berdasarkan porsinya masing-masing telah menempatkan informasi tersebut memiliki arti penting Sebuah institusi bisnis yang berkualitas harus mampu memilah

informasi berdasarkan posisinya masing-masing, dan pemilahan setiap informasi tersebut harus didukung oleh kualitas pihak yang melakukannya. Jika kemampuan yang memilah adalah rendah maka informasi tersebut tidak akan mampu untuk dipilah secara baik.

Salah satu persoalan yang akan timbul dari proses pemilahan tersebut pada saat kepemilikan moral sang pemilah adalah rendah. Sehingga pemilahan yang diharapkan tidak terjadi seperti yang diharapkan, dan itu terlihat pada saat hasil yang telah dipilah tersebut diaplikasi secara realita. Sehingga salah satu cara untuk menghindari terjadi atau masuknya informasi yang tidak sesuai dengan konsep moral adalah melakukan pemilihan dan penetapan siapa yang layak untuk duduk sebagai pemilah. Artinya kredibilitas si pemilah harus didasarkan pada kualitas moral yang tinggi. Dengan kepemilikan moral yang tinggi tersebutlah nantinya hasil pemilahan akan memiliki nilai moral yang diinginkan (Henricus Suparlan et al., 2015)

Pada perusahaan yang bergerak di bisnis infotainment dianggap memiliki tingkat serius dalam mempengaruhi dan terbentuknya moral dimasyarakat. Masyarakat saat ini, setiap informasi yang disajikan oleh media dengan konsep menggemari media infotainment bersifat menghibur dan konsep memposisikan masyarakat sebagai pihak yang menikmati informasi dan turut membayar informasi tersebut dalam bentuk membeli produk seperti yang didengar dari infotainment tersebut.

Contoh ini terlihat di saat media infotainment baik media cetak atau elektronik menjelaskan tentang kehidupan malam di kota besar yang penuh dengan kegermelapan seperti pub, dubbing, permainan judi, kawasan prostitusi dan sebagainya. Masyarakat melihat informasi ini dari dua sisi, ada yang melihatnya sebagai informasi semata, namun ada yang melihat ini lebih dari sekedar informasi saja. Bagi mereka yang melihat ini lebih dari sekedar informasi berarti ia berkeinginan untuk mempraktikkan informasi tersebut dengan melakukan peninjauan langsung dan menikmati tempat-tempat yang disebutkan tersebut.

Oleh karena itu, informasi yang ditampilkan oleh sebuah media infotainment harus dikemas dalam bentuk yang bersifat mengedepankan prinsip-prinsip moral yang berlaku di negara tersebut. Bagi negara paham kapitalis mungkin menganggap jika tempat-tempat yang disebutkan dan diinformasikan di infotainment tersebut diakui sebagai bagian dari pertumbuhan ekonomi sektor kiri. Sementara di negara Indonesia tempat seperti itu tidak dianggap sebagai bagian dari pertumbuhan ekonomi sektor kiri, bahkan masyarakat menganggap itu sebagai salah satu tempat yang menyebabkan turunnya moral dimasyarakat. Ini terlihat dari tingginya angka protes masyarakat terhadap tempat-tempat yang dianggap melanggar moral terjadi dalam jumlah yang tinggi sikap protes tersebut semakin terjadi pada saat menjelang hari-hari keagamaan, seperti menjelang bulan Ramadhan (Sufyan et al., 2022)

Sehingga dalam konteks moral dan etika, sebuah bisnis yang baik adalah yang mengedepankan etika dan menjunjung nilai-nilai moral. Sangat berbahaya jika bisnis dijalankan hanya berlandaskan keinginan untuk meraih keuntungan semata, dan menghiraukan moral serta etika. Jika itu dilakukan artinya bisnis yang dilakukan hanya mengejar keuntungan semata, tanpa memikirkan posisinya sebagai agent of development (agen pembangunan). Padahal yang dimaksud dengan pembangunan adalah termasuk pembangunan dalam arti yang luas yaitu termasuk pembangunan dalam membentuk manusia yang beretika dan bermoral tinggi, atau lebih jauh membentuk manusia yang seutuhnya (Sayekti, 2018)

Karena harus diakui jika moral dan etika telah bergeser dari koridornya maka kondisi dan struktur masyarakat juga akan kehilangan arah, mengambang bagaikan pohon yang telah tercabut dari akarnya. Suatu masyarakat yang bermoralitas dan beretika tinggi akan mendukung pembentukan national building yang diharapkan.

Moral dan Bisnis

Bisnis tidak boleh dibangun hanya dengan berlandaskan pada keinginan mendapatkan materialistis semata, atau mengejar kekayaan saja. Bisnis dan moral pada prinsipnya memiliki hubungan yang kuat. Keputusan membangun bisnis didasarkan pada rasa moral ingin memiliki hidup yang lebih layak, serta mampu mempekerjakan orang lain dan memberi gaji yang layak.

Keinginan untuk membantu orang lain dengan memberi pekerjaan yang layak telah menempatkan perasaan moral untuk bertanggungjawab terhadap sesama manusia. Bahwa setiap manusia berhak untuk mendapatkan penghidupan yang layak. Kelayakan kehidupan akan diperoleh jika ia memperoleh penghasilan yang mencukupi, dan kecukupan penghasilan tersebut akan diperoleh jika ia mendapatkan pekerjaan yang layak. Secara lebih jauh perusahaan dituntut untuk ikut serta menuntaskan kemiskinan (Fahlefi, 2018)

Ada banyak alasan mengapa sebuah perusahaan harus bertanggungjawab pada lingkungan sekitar. Salah satu alasan yang paling logis adalah sebuah perusahaan harus berterima kasih pada masyarakat sekeliling. Rasa berterima kasih harus dilakukan dalam bentuk nyata, yaitu pemberdayaan masyarakat sekeliling untuk ikut terlibat dalam pembangunan perusahaan. Pemberian bantuan seperti itu bertujuan untuk ikut memperlihatkan sisi moral perusahaan terhadap masyarakat sekeliling. Dalam konteks ilmu manajemen ini sering disebut dengan bagian sikap CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial perusahaan, dan pembahasan CSR semakin mengemuka dewasa ini ketika setiap perusahaan dituntut untuk memiliki moralitas tinggi pada lingkungan sekitar (Rambe & Armayanti, 2024)

Manajemen perusahaan, sebagai pihak yang mengelola perusahaan, harus memiliki tanggung jawab moral dalam menjalankan perusahaan. Karena jika moral diabaikan banyak perusahaan yang akan meraih keuntungan, namun dampak kerusakan lingkungan akan semakin terasa. Contoh ini dapat kita lihat pada perusahaan tekstil yang membuang limbah pabrik ke sungai, danau, dan laut. Perusahaan membuang limbahnya begitu saja seperti itu untuk melakukan penghematan biaya.

Setiap manajer di berbagai perusahaan berkeinginan untuk tampil sebagai seseorang yang profesional, artinya menghasilkan pekerjaan dengan kualitas profesional. Seseorang tidak bisa disebut profesional jika ia mengabaikan nilai-nilai moral dalam melaksanakan pekerjaan, bukan berarti manajer yang profesional adalah semata-mata mampu memberikan dan menaikkan profit bagi perusahaan.

Bisnis memiliki ikatan yang sangat kuat dengan financial, karena memang tujuan bisnis yang paling utama untuk memperoleh keuntungan dalam bentuk financial. Sehingga sering aktivitas bisnis menimbulkan dampak pelanggaran dalam nilai moralitas. Pelanggaran dalam nilai-nilai moral terjadi karena keinginan untuk meraih keuntungan lebih tinggi atau secara tidak wajar dan dalam waktu yang cepat. Untuk membuat moral tetap hidup dalam dunia bisnis, maka disahkannya beberapa aturan yang membahas tentang etika bisnis. Etika bisnis berisi pandangan-pandangan yang dalam napasnya mengandung muatan moral. Pelanggaran dari peraturan tersebut nantinya akan mendapatkan sanksi, dan salah satu tujuan sanksi ingin agar para pebisnis menghargai posisi pekerjaannya sebagai sebuah profesi yang harus ditekuni dengan profesional dan mulia (Ahsan et al., 2024)

Tidak bisa dipungkiri jika karakter dari para pebisnis memiliki peran tinggi dalam mendorong tinggi dan rendahnya moral seseorang. Mereka yang memiliki karakteristik menghargai proses dan sabar dalam menjalani kehidupan dianggap sebagai salah satu tanda mereka yang memiliki karakteristik menempatkan nilai-nilai moral dalam dirinya secara kuat.

Tindakan melakukan bisnis yang curang dan itu dilakukan terus menerus maka ini bisa dilihat sebagai karakter negatif yang dimiliki oleh orang tersebut. Namun mereka yang selalu menghindari berbuat curang, dan mengedepankan nilai-nilai moral yang tinggi dalam berbisnis dianggap sebagai karakter yang positif. Adapun pengertian karakteristik adalah sesuatu yang tumbuh sejalan dengan waktu dan telah menempa serta membentuk sikap seseorang yang selanjutnya itu memberi pengaruh pada setiap keputusan yang dibuat oleh orang tersebut (Anogara, 207 C.E.) Covey telah mengingatkan bahwa untuk membangun manusia berkarakter, diperlukan pengembangan kompetensi secara utuh dan seimbang terhadap empat kemampuan manusia, yaitu:

- a. Tubuh (PQ)
- b. Intelektual (IQ)
- c. Hati (EQ), dan.
- d. Jiwa/roh (SQ).

Pemimpin bisnis memiliki kedekatan kuat dengan keputusan, dan keputusan bisnis yang baik adalah keputusan yang memiliki keseimbangan ke empat kompetensi tersebut.

Kesimpulan

Dari semua kajian dan dari praktik yang sudah banyak terjadi dalam kehidupan bisnis, tujuan etika bisnis adalah mengunggah kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis yang baik dan tidak melakukan hal-hal yang bisa merugikan banyak pihak yang terkait dalam bisnis tersebut. Ketatnya persaingan bisnis menyebabkan beberapa pelaku bisnisnya kurang memperhatikan etika dalam bisnis yang berdampak pada hal-hal yang tidak diinginkan. Sehingga masing-masing elemen suatu organisasi atau perusahaan tersebut harus menjaga etika, sehingga kepercayaan yang menjadi prinsip kerja dapat terjaga dengan baik. Moral dan etika berbisnis ini bisa dilakukan dalam segala aspek. Saling menjaga kepercayaan dalam kerjasama akan berpengaruh besar terhadap reputasi perusahaan tersebut, baik dalam lingkup mikro maupun makro. Tentunya ini tidak akan memberikan keuntungan segera, namun ini adalah wujud investasi jangka panjang bagi seluruh elemen dalam lingkaran bisnis. Oleh karena itu, menjaga nilai moral dan etika dalam berbisnis sangatlah penting.

Daftar Pustaka

- Ahsan, A. F. M. M., Bose, S., & Ali, M. J. (2024). Does Islamic religiosity influence professional accountants' judgments? Evidence from global convergence of IFRS. *Advances in Accounting*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2023.100723>
- al-Qaradhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Syariah*. Gema Insani Press.
- Anogara, P. (207 C.E.). *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Rineka Cipta.
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accountthink : Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 194–205. <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>
- Fahlefi, R. (2018). Inklusi Keuangan Syariah Melalui Inovasi Fintech Di Sektor Filantropi. *Batusangkar International Conference III*, 205–212.
- Hamzah Ya'qub. (1983). *Kode Etik Dagang Menurut Islam*. CV Diponegoro.
- Henricus Suparlan, Marce, T. D., Purbonuswanto, W., Sumarmo, U., Syaikhudin, A., Andiyanto, T., Imam Gunawan, Yusuf, A., Nik Din, N. M. M., Abd Wahid, N., Abd Rahman, N., Osman, K., Nik Din, N. M. M., Pendidikan, I., Koerniantono2, M. E. K., Jannah, F., Stmik,

- S., Tangerang, R., No, J. S., ... Supendi, P. (2015). Imam Gunawan. *PEDAGOGIA: Jurnal Pendidikan*. <https://doi.org/10.21154/cendekia.v10i1.403>
- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Selamba Humanika.
- Husna, L. (2022a). Kinerja Merger Bank Syariah di Indonesia : Sebuah Analisis Pasca Merger. *Qonun Iqtishad El Madani*, 2(1), 7–11.
- Husna, L. (2022b). Pengaruh CAR, NPF dan BOPO Terhadap ROA pada BUS yang Terdaftar di BI. *Qonun Iqtishad EL Madani Journal*, 1(1), 41–56. <https://doi.org/10.55438/jqim.v1i1.5>
- Husna Z, Nur Latifa, B. resi dan R. (2020). Cyberbullying Perspektif al-Qur'an dan Konstitusi Negara Sebagai Pendidikan dalam Etika Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Islam : Pendekatan Interdisipliner*, 4(4), 70.
- Ilmu, T., Stid, D., Biruni, A., & Ciwaringin, B. (2025). *REIMAGINING ISLAMIC ECONOMIC ETHICS ABROAD : YUSUF AL- QARADAWI ' S CONCEPT OF ZAKAT ON PROFESSIONAL INCOME AND ITS PRACTICE AMONG INDONESIAN MIGRANTS IN SOUTH KOREA*. 105–115. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v14i1.13302>
- Indranata, C. J. (2022). Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam. *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22(01), 59–81. <https://doi.org/10.32939/islamika.v22i01.1094>
- Liling, A. (2019). Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 71–91. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1040>
- M Kamal Hadi. (2015). PELAKSANAAN AKAD MURABAHAH PADA PEMBIAYAAN MODAL KERJA PT. BRI SYARIAH CABANG PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM. In *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2014). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online - definisi kata. In *Potensi*.
- Rambe, L. A., & Armayanti, Y. (2024). *Aspek Hukum Ekonomi Syariah dalam Environmental , Social and Govenance (ESG) : Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat yang Berkelanjutan*. 4, 1–13.
- Rusdiyanto, A. (2017). *Tinjauan Prinsip Syariah Terhadap Produk E-Money Bank Syariah Mandiri*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sayekti, N. W. (2018). Tantangan Perkembangan. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*, X(05), 19.
- Stanulis, R. N., Manning, B. H., Rule, A. C., Stewart, R. a, Lindsey Prince, D., Howard, E. M., Korn-bursztyn, C., Murata, N. M., Maeda, J. K., Sharif, I., Ozuah, P. O., Dinkevich, E. I., Mulvihill, M., Zeece, P. D., Apple, J. S., Diego, S., Harcourt, C. A., Stink, K. I., Mcmullan, J., ... Judd, C. M. (2007). Korelasi sederhana 10/13/2008 1. *Early Childhood Education Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2006.08.001>
- Sudarmanto, F. (2022). Peran Koperasi Syariah Terhadap Perilaku Konsumen di Sekolah. *Qonun Iqtishad El Madani*, 2(1), 1–6.
- Sudarmanto, F. (2023). Peran BMT Ummi Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK). *Qonun Iqtishad El Madani*, 3, 7–14.
- Sufyan, H., . S. ., Harahap, Y. S., & Anwar, H. (2022). Pertumbuhan Filsafat Dan Sains Pada Zaman Islam Terhadap Modernitas Era Society 5.0. *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 7(2), 274–287. <https://doi.org/10.15575/jaqfi.v7i2.21274>
- Sugito. (2023a). Kontribusi Pendapatan Mudharabah Terhadap Peningkatan Kesejahteraan



- Nasabah Pada PT . Bank Syari'ah Indonesia Cabang Baganbatu. *Jurnal Qonun Iqtishad El Madani*, 2(2), 1–7.
- Sugito. (2023b). Strategi Program Pemberdayaan Desa (PPD) Dalam Mengembangkan Ekonomi. *Qonun Iqtishad El Madani*, 3(1), 1–5.
- Surajiyo, S., & Dhika, H. (2024). Teori-teori Etika Dan Peranan Prinsip Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 68–76.
<https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i1>
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2013). Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.