

---

## Perilaku Bisnis Beretika : Strategi Menghadapi Persaingan Secara Professional

Moch Iqbal Romadhon, Dicky Satria Ananta Haqq, Tries Ellia Sandari  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Email : [1222200080@surel.untag-sby.ac.id](mailto:1222200080@surel.untag-sby.ac.id)

**ABSTRACT.** *Ethical business conduct is increasingly considered important as a strategy to face competition professionally in the era of globalization and digitalization. Business ethics help companies build strong trust, reputation and loyalty among customers, employees and other stakeholders. This research explores various forms of ethical behavior in business, including transparency, social responsibility, and commitment to fair and sustainable practices. Through theoretical approaches and case studies, this research shows that companies that adopt ethical behavior not only improve their image in the eyes of the public but can also achieve a sustainable competitive advantage. The results show that companies that conduct business ethically tend to gain stronger customer loyalty, higher employee productivity, and mitigation of reputational risks. In addition, ethical business behavior also has a positive impact on the achievement of long-term goals and corporate sustainability. Therefore, ethical business behavior is not just a moral choice but also an effective business strategy in facing competition professionally.*

**Keywords:** *Ethical Behavior, Business Ethics, Professional Competition, Competitive Advantage, Social Responsibility, Sustainability.*

**ABSTRAK.** Perilaku bisnis yang beretika semakin dianggap penting sebagai strategi untuk menghadapi persaingan secara profesional di era globalisasi dan digitalisasi. Etika bisnis membantu perusahaan membangun kepercayaan, reputasi, dan loyalitas yang kuat di antara pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian ini mengeksplorasi berbagai bentuk perilaku etis dalam bisnis, termasuk transparansi, tanggung jawab sosial, dan komitmen terhadap praktik yang adil dan berkelanjutan. Melalui pendekatan teoritis dan studi kasus, penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi perilaku etis tidak hanya meningkatkan citra mereka di mata publik tetapi juga dapat mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menjalankan bisnis secara etis cenderung memperoleh loyalitas pelanggan yang lebih kuat, produktivitas karyawan yang lebih tinggi, dan mitigasi risiko reputasi. Selain itu, perilaku bisnis beretika juga berdampak positif terhadap pencapaian tujuan jangka panjang dan keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, perilaku bisnis yang beretika bukan hanya sekadar pilihan moral tetapi juga strategi bisnis yang efektif dalam menghadapi persaingan secara profesional.

**Kata Kunci:** Perilaku Etis, Etika Bisnis, Persaingan Profesional, Keunggulan Kompetitif, Tanggung Jawab Sosial, Keberlanjutan.

### 1. LATAR BELAKANG

Etika bisnis dan profesi merupakan landasan moral yang penting bagi pengusaha dan profesional dalam menjalankan pekerjaannya. Dalam dunia bisnis, etika ini berperan penting dalam menciptakan praktik bisnis yang adil, transparan, dan bertanggung jawab. Data Integrity Indonesia (2021) adalah penelitian Kaspersky Lab yang melihat peningkatan pelanggaran etika bisnis di industri digital. Kecurangan keuangan terjadi pada 26% konsumen digital di Indonesia. Selain itu, Direktorat Kejahatan Siber, yang bertanggung jawab atas Badan Reserse Kriminal Kepolisian Indonesia, mengungkapkan bahwa kerugian konsumen akibat penipuan e-commerce mencapai milyaran rupiah. Selasa (27/6) di Balai Senat UGM, dia menyatakan dalam Pidato Pengukuhan Guru Besar berjudul Tantangan Kompetensi Etika di Bisnis Era Digital, “Melihat fenomena tersebut, profesi keuangan dan akuntansi harus melakukan

transformasi besar seiring berkembangnya teknologi digital.” .Dalam dunia bisnis modern, serta canggihnya teknologi penerapan perilaku beretika dalam bisnis memiliki peran yang krusial. Perilaku bisnis beretika merupakan menjalankan bisnis dengan prinsip-prinsip moral seperti kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi. Etika dalam bisnis berperan sebagai pedoman bagi pelaku usaha atau Perusahaan dalam berinteraksi dengan konsumen, karyawan, mitra bisnis dan masyarakat umum. Dengan menerapkan bereperilaku etis, sebuah pelaku usaha atau Perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban tetapi juga berkontribusi pada Pembangunan citra positif dan kepercayaan konsumen. Perilaku bisnis beretika juga memiliki pengaruh langsung dalam keberlanjutan perusahaan.

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, etika dapat menjadi keunggulan tersendiri, karena perusahaan yang beretika cenderung mendapatk loyalitas konsumen. Dengan demikian, penerapan etika bisnis bukan sekadar formalitas, tetapi strategi penting yang dapat memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan secara profesional. Menerapkan etika bisnis berarti menjalankan operasi perusahaan dengan integritas, transparansi, dan tanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan, termasuk konsumen, karyawan, masyarakat, dan lingkungan.

Pentingnya perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan dampak dari setiap tindakan bisnis terhadap masyarakat luas. Dengan menerapkan perilaku bisnis yang beretika dan strategi persaingan yang profesional, perusahaan dapat menjaga hubungan baik dengan seluruh pemangku kepentingan, meraih keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, serta membangun fondasi kuat untuk pertumbuhan jangka panjang. Penelitian ini akan mengkaji berbagai pendekatan dan langkah praktis yang dapat diambil oleh perusahaan dalam menerapkan etika bisnis sebagai strategi menghadapi persaingan secara profesional.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Etika**

Kotler mendefinisikan profesional sebagai seseorang yang tidak hanya memiliki keahlian dalam bidang tertentu tetapi juga menerapkan etika kerja dan komitmen terhadap kualitas layanan. Profesional berusaha memenuhi atau melampaui harapan pelanggan atau klien. Sistem yang mengatur bagaimana orang bergaul diperlukan dalam pergaulan hidup bermasyarakat, baik di tingkat negara maupun internasional. Sopan santun, tata krama, protokoler, dan istilah lain digunakan untuk menggambarkan sistem pengaturan pergaulan ini. Pedoman pergaulan dibuat untuk menjaga kepentingan individu yang terlibat sehingga mereka dapat merasa

senang, tenang, tentram, dan terlindung tanpa terpengaruh oleh kepentingannya sendiri. Pedoman juga menjamin bahwa tindakan tengah dilakukan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak asasi umum. Menurut para ahli, etika adalah aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam berinteraksi satu sama lain, dan penentuan moralitas. Perkataan etika atau lazim juga disebut etik, , berasal dari kata Yunani ETHOS yang berarti norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran bagi tingkah laku manusia yang bai

### **Etika Bisnis**

Etika bisnis adalah cabang dari etika yang meneliti prinsip moral dan nilai-nilai yang berlaku dalam aktivitas bisnis. Menurut Ferrell, Fraedrich, dan Ferrell (2017), etika bisnis mencakup prinsip-prinsip yang menjadi panduan dalam menjalankan bisnis secara adil dan bertanggung jawab. Etika bisnis seperangkat nilai tentang baik , buruk , benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip moralitas . Etika Bisnis dapat diartikan prinsip dan norma yang dimana perilaku bisnis menjunjung dalam bertransaksi , berperilaku , berelasi untuk mencapai tujuan bisnis . Secara sederhana etika dalam bisnis mempelajari tentang mana yang baik dan mana yang buruk , mana yang salah dan mana yang benar dalam dunia bisnis . Etika dan bisnis dapat diasumsikan bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan

### **Profesional**

Kondisi, arah, nilai, tujuan, dan kualitas suatu keahlian dan kewenangan yang terkait dengan pekerjaan seseorang disebut profesional. Akibatnya, pengertian profesional mengacu pada komitmen seseorang sebagai anggota suatu profesi untuk terus meningkatkan kemampuan profesionalnya. Kata "profesi" berasal dari kata "profesi", yang artinya suatu bidang pekerjaan yang seseorang ingin atau akan menekuni. Dengan kata lain, suatu pekerjaan membutuhkan penguasaan dan pelatihan terhadap suatu pengetahuan tertentu. Setiap profesi biasanya memiliki asosiasi, kode etik, dan proses sertifikasi dan lisensi.

### **Prinsip-Prinsip Dasar Perilaku Beretika dalam Bisnis**

Prinsip-prinsip utama dalam etika bisnis, seperti kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan keadilan, menjadi dasar perilaku etis di perusahaan. Velasquez (2011) menekankan bahwa perilaku beretika membantu perusahaan untuk menghindari praktik-praktik tidak etis yang dapat merusak kepercayaan publik, seperti manipulasi informasi, diskriminasi, dan persaingan yang tidak sehat. Selain itu, Carroll (1991) dalam *Pyramid of Corporate Social Responsibility* memperkenalkan konsep tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi sebagai fondasi yang saling melengkapi dalam penerapan etika bisnis. Salah satunya prinsip kejujuran

,Yang pertama adalah pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak karena kejujuran sangat penting dalam membangun relasi-relasi bisnis , Yang kedua kejujuran penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding maka dari itu kejujuran bagian penting dan relevan untuk kegiatan bisnis yang baik dan tahan lama ., Yang keetiga hubungan dalam kerja intern dalam suatu perusahaan karena kejujuran adalah inti dari kekuatan perusahaan itu .

### **Strategi Menghadapi Persaingan dengan Pendekatan Beretika**

Dalam menghadapi persaingan, strategi beretika dapat menjadi alat yang kuat untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Hill dan Jones (2008) berpendapat bahwa perusahaan yang menerapkan strategi persaingan beretika akan lebih mampu menarik loyalitas konsumen dan membangun hubungan jangka panjang yang solid. Inovasi, peningkatan kualitas layanan, dan komunikasi yang transparan adalah beberapa cara untuk menghadapi persaingan tanpa mengorbankan nilai-nilai etika. Barney (1991) dalam *Resource-Based View* menekankan bahwa perusahaan yang berinvestasi dalam etika dan reputasi dapat membangun keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dimana menggunakan metode penelitian terdahulu yang menggunakan referensi dari beberapa jurnal dapat dilakukan dengan pendekatan studi literatur atau kajian pustaka (literature review). Pendekatan ini melibatkan pengumpulan, analisis, dan sintesis data dari berbagai artikel jurnal untuk memahami atau merumuskan suatu masalah penelitian, Metode penelitian kualitatif ini menggunakan literatur ini berguna untuk menganalisis dan memahami suatu fenomena tanpa harus melakukan observasi atau wawancara langsung. Pendekatan ini sangat cocok jika sumber data yang relevan tersedia dalam jumlah besar dan dapat diakses dari berbagai jurnal.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Etika bisnis secara profesional telah menjadi perhatian penting dalam berbagai penelitian terdahulu. Crane dan Matten (2007) dalam buku *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization* membahas konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) serta pentingnya transparansi dan keberlanjutan dalam praktik bisnis. Selain itu, Trevino dan Nelson (2014) dalam *Managing Business Ethics: Straight Talk About How to Do It Right* menyoroti pentingnya membangun budaya etis di organisasi melalui kepemimpinan yang profesional. Penelitian lain oleh Carroll dan Shabana (2010) menunjukkan bahwa perilaku etis dan tanggung jawab sosial tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan,

tetapi juga memberikan keuntungan jangka panjang bagi bisnis. Donaldson dan Preston (1995) mengembangkan teori pemangku kepentingan yang menggarisbawahi perlunya organisasi memperhatikan hak dan kepentingan semua pihak yang terlibat, termasuk karyawan, pelanggan, dan masyarakat. Sementara itu, Schwartz (2001) dalam artikelnya di *Journal of Business Ethics* menunjukkan bahwa penerapan kode etik yang efektif dapat memengaruhi perilaku profesional karyawan secara positif. Berbagai penelitian ini menggarisbawahi pentingnya etika bisnis sebagai landasan untuk menciptakan organisasi yang profesional, berkelanjutan, dan memiliki dampak positif bagi masyarakat luas.

Dalam penelitian ini, penulis mengemukakan bahwa hasil yang diperoleh dan mengidentifikasi beberapa referensi jurnal yang telah ditelaah bahwa hasilnya etika dalam dunia bisnis sangatlah penting karena dapat menjadi patokan berkembangnya suatu perusahaan dan sudah menjadi acuan suatu perusahaan. Salah satunya adalah sifat kejujuran yang sangat penting dalam berkontribusi dalam dunia bisnis dimana kunci utama dalam suatu perusahaan adalah kejujuran.

Dari hasil penelitian terdahulu bahwa dengan adanya perilaku bisnis beretika dapat merujuk pada tindakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan yang mematuhi prinsip-prinsip moral dan etika. Ini mencakup transparansi, kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam semua interaksi bisnis. Dengan berperilaku etis, perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban hukum tetapi juga membangun reputasi yang baik di mata publik. Karena itulah pentingnya etika dalam persaingan seperti kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang memiliki arti konsumen cenderung memilih produk atau layanan dari perusahaan yang mereka percayai dan yang menunjukkan komitmen terhadap praktik yang adil dan perusahaan yang menerapkan etika cenderung memiliki karyawan yang lebih loyal dan termotivasi, karena mereka merasa bekerja di lingkungan yang adil dan transparan. Hal ini dapat mengurangi tingkat turnover karyawan dan meningkatkan produktivitas. Inovasi produk dimana mengembangkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga ramah lingkungan dan aman bagi konsumen. Misalnya, perusahaan yang memproduksi makanan organik berkomitmen untuk tidak menggunakan bahan kimia berbahaya, yang menjadi nilai jual tersendiri di pasar yang semakin sadar akan kesehatan lalu ada juga Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang memiliki arti melibatkan diri dalam program CSR yang memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan. Misalnya, perusahaan dapat berinvestasi dalam pendidikan, kesehatan, atau program keberlanjutan untuk meningkatkan citra mereka di masyarakat.

## 5. KESIMPULAN

Hasil pembahasan ini menegaskan bahwa perilaku bisnis beretika adalah komponen kunci dalam strategi menghadapi persaingan profesional. Dengan memprioritaskan etika, perusahaan tidak hanya dapat membangun reputasi yang kuat dan meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga mencapai keberhasilan yang berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Pendekatan etis tidak hanya memberikan keuntungan kompetitif tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan, dan secara keseluruhan, perilaku bisnis beretika bukan hanya pilihan moral, tetapi juga strategi bisnis yang cerdas. Perusahaan yang mengintegrasikan etika dalam strategi persaingan mereka tidak hanya mendapatkan keuntungan kompetitif tetapi juga menciptakan dampak positif bagi seluruh pemangku kepentingan. Dengan terus menegaskan pentingnya etika dalam setiap aspek operasional, perusahaan dapat memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang di pasar yang semakin kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Carina, M. (2022). *Optimalisasi Strategi Pengembangan Umkm Berdasarkan Analisis Swot Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Dr. Koffie Indonesia)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Estijayandono, K. D. (2019). Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 53-68.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57).
- Isnanto, R. R. (2009). Buku Ajar Etika Profesi.
- Keraf, S., & Imam, R. H. (1998). Etika Bisnis. *Yogyakarta: Kanisius*.
- Kotler, P. (2009). *"Marketing Management"*. Prentice Hall
- Lesmana, E. (2010). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Usaha: Studi Kasus Terhadap Pedagang Muslim Di Pasar Ciputat Tangerang.
- Safitri, L. (2015). Etika Bisnis Mahasiswa. *Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang: Skripsi*.