ManBiz: Journal of Management & Business
Volume 1 Nomor 2 (2022) 114-127 E-ISSN 2829-9213
DOI: 10.47467/manbiz.v1i2.1675

Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi

Muhammad Andre Alkahfi[1], Zuhrinal M Nawawi[2]
[1,2] Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia
muhammad.andre.alkahfi@gmail.com[1], renal.nawawi@gmail.com[2]

Abstract

When it comes to establishing relationships with others in the business world, ethics plays an important role. Business ethics plays an important role in determining the success or failure of a company. Practicing good corporate ethics can also improve communication and foster mutual trust between colleagues. In running a company, you have to focus on two things. The first is aware of and considers the needs and emotions of others. The second reason is to avoid avoiding other people, because corporate ethics vary widely between cultures and countries. The purpose of writing this article is to find out how Business Ethics in Business Companies in the Globalization Era. The author of this article uses observation techniques as a research strategy, as well as library research methods. Based on the discussion in this article, the level of trust that each member of the business community has with each other is influenced by business ethics. There are a variety of stakeholders impacting each other, including businesses, suppliers and end users. Each of these components must uphold ethical standards so that the foundation of trust is well maintained.

Keywords: *Bussiness,Ethics, Globalization, Company.*

Abstrak

Dalam hal menjalin hubungan dengan pihak lain di dunia bisnis, etika memainkan peran penting. Etika bisnis memainkan peran penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan. Mempraktikkan etika perusahaan yang baik juga dapat meningkatkan komunikasi dan menumbuhkan rasa saling percaya di antara rekan kerja. Dalam menjalankan perusahaan, Anda harus fokus pada dua hal. Yang pertama adalah menyadari dan mempertimbangkan kebutuhan dan emosi orang lain. Alasan kedua adalah untuk menghindari kesalahpahaman dengan orang lain, karena etika perusahaan sangat bervariasi antar budaya dan negara. Tujuan dari penulisan artikel ini adalah utuk mengetahui bagaimana Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. Penulis artikel ini menggunakan teknik observasi sebagai strategi penelitian, dan juga metode kepustakaan (library research). Berdasarkan hasil pembahasan pada Artikel ini Tingkat kepercayaan yang dimiliki setiap anggota komunitas bisnis satu sama lain dipengaruhi oleh etika bisnis. Ada berbagai pemangku kepentingan yang berdampak satu sama lain, termasuk bisnis, pemasok, dan pengguna akhir.

Masing-masing komponen tersebut harus menjunjung tinggi standar etika agar landasan kepercayaan tetap terjaga dengan baik.

Katakunci: Bisnis, Etika, Globalisasi, Perusahaan.

PENDAHULUAN

Saat ini, perusahaan telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan ekonomi, sosial dan budaya, tetapi ada juga konsekuensi dari kegiatan perusahaan. Dalam aktivitas bisnis yang berbeda, orang cenderung merasa paling memenuhi syarat dalam situasi yang berbeda, yang dapat mengarah pada pelanggaran etika. Karena itu, dalam situasi apa pun, Anda perlu memiliki hati nurani yang bermoral. Dengan begitu, dalam situasi apapun, keputusan yang diambil akan selalu memiliki nilai moral.

Dunia bisnis yang berkembang pesat menghadirkan tantangan sekaligus ancaman bagi pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang ingin memperoleh dan mengembangkan keunggulan bersaing harus dapat menawarkan produk atau jasa yang lebih unggul dari pesaingnya, dengan harga yang lebih rendah dari pesaingnya, waktu pengiriman yang lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik (Margaretha, 2004).

Untuk menjalankan bisnis dengan sukses, kepercayaan harus dibangun di antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi, dan kepercayaan ini harus didasarkan pada lebih dari sekadar kontrak dan undang-undang formal. Oleh karena itu, tidak ada rasa saling percaya tanpa etika. Karena tidak ada saling percaya dan waktu transaksi yang lama, risiko bisnis sangat meningkat. Penghematan biaya tinggi terutama merupakan hasil dari perilaku yang tidak etis. Untuk mengatakan bahwa pertimbangan etis dan pertimbangan ekonomi berjalan beriringan bukanlah pernyataan yang berlebihan.

Dalam bisnis, etika tidak dapat dipisahkan dari bisnis. Etika dan standar, serta aturan atau regulasi yang relevan, sangat penting bagi pengusaha global saat ini jika mereka ingin sukses.

Masalah etika dan penghormatan terhadap hak merupakan salah satu prinsip yang harus diciptakan dan diberikan kepada setiap pelaku bisnis karena berbisnis dengan cara yang etis akan membawa manfaat bagi bisnis dan masyarakat. Ketika etika sangat penting dalam dunia bisnis, masalah etika akan berdampak besar pada hubungan bisnis dengan pemilik kepentingan.

Tidak masalah seberapa sukses dan produktivitas yang Anda capai jika Anda tidak memiliki pola pikir dan etika yang tepat untuk mengikutinya. Orang-orang yang tidak mampu mempertahankan nilai dan etika mereka di tempat kerja

jelas tidak peka terhadap lingkungan mereka, terutama dalam hal lingkungan sosial mereka.

Melihat lebih dekat pada operasi bisnis di Indonesia dan negara-negara terbelakang menunjukkan bahwa pragmatisme sering didahulukan dari pada etika karena mesin rentai ekonomi lebih diutamakan daripada pertimbangan lain. Ada kompromi dalam semua bidang kehidupan sehari-hari, termasuk etika dan standar profesional di berbagai bidang, hasilnya sering kali mengarah pada penurunan karakter moral.

Etika bisnis sering dilanggar, dan kebanyakan orang bahkan tidak menyadarinya. Dalam menjalankan bisnis di Indonesia, kita tidak melihat banyak pelanggaran etika bisnis yang tidak disengaja. Di Indonesia, ada banyak contoh praktik komersial yang tidak etis yang dapat ditelusuri kembali ke bisnis yang sembrono. Bisnis yang ingin mendominasi pasar terlibat dalam persaingan tidak sehat dengan menggunakan taktik yang beragam ini. Selain menguasai pasar, ada motivasi tambahan yang memotivasi para pelaku bisnis untuk melanggar etika bisnis, seperti memperluas pasar dan meraup imbalan finansial yang besar. Biasanya para pebisnis melanggar aturan dengan berbagai cara karena elemen ketiga.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Etika Bisnis

Etika (Yunani Kuno: ethikos, yang berarti “muncul dari kebiasaan”) adalah disiplin filosofis utama yang mengkaji nilai atau sifat, menurut Wahyu dan Ostaria (2006). Di bidang etika, Istilah "benar" dan "salah" digunakan, serta "baik" dan "buruk". Studi tentang benar dan salah, serta hak dan kewajiban moral, dikenal sebagai bidang etika. Ini adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan antara yang benar dan yang jahat, menurut Bekum (2004), Dalam bidang ilmiah, etika adalah normatif karena memberi tahu kita apa yang harus kita lakukan dan apa yang tidak seharusnya kita lakukan.

Dengan menggunakan analisis oleh Bertens (2004), moralitas dapat dilihat menjadi tiga kategori: (1) sistem nilai, yaitu seperangkat aturan dan standar moral yang memandu orang dan komunitas dalam mengelola perilaku mereka; (2) kode etik; dan (3) filsafat moral, yang membahas konsep baik dan salah. Sebagai kerangka filosofis, etimologi memiliki banyak kesamaan dengan mitos penciptaan. Sebagai contoh, Filsafat mengkaji bagaimana dan mengapa manusia hidup di dunia, serta mikrokosmos (antar manusia dan antar Tuhan, Jagad Gede). Dasar Filsafat digunakan sebagai sistem penafsiran untuk menilai persoalan-persoalan etis dalam hubungan interpersonal antara individu dengan indranya,

serta antara tubuh dan pikirannya. Ontologi, epistemologi, dan praksis semuanya berperan dalam hubungan ini.

Setiap hari, kita mengalami bisnis dalam segala bentuknya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2009), bisnis diklasifikasikan sebagai alat produksi, alat perdagangan dalam dunia perdagangan, dan alat tukar. Skinner (1992) mendefinisikan bisnis sebagai produksi barang, jasa, atau uang yang menguntungkan atau berguna.

Jual beli produk dan jasa adalah inti dari bisnis, menurut Anoraga dan Soegiastuti (1996). Menurut Atraub & Attner (1994), bisnis adalah perusahaan yang memproduksi dan menjual barang dan jasa yang diinginkan konsumen untuk menghasilkan uang. Sebagai produk fisik, "barang" memiliki wujud (yang dapat dilihat dengan indra), tetapi "jasa" adalah layanan yang memberikan nilai kepada pelanggan atau pemilik bisnis (Yusanto dan Widjayakusuma, 2002).

Bisnis adalah setiap kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan target margin keuntungan melalui penjualan, pembelian, atau pembuatan barang (produksi). Pembiayaan dalam konteks ini adalah segala bentuk komunikasi dengan raja, baik aktif maupun pasif, yang dilakukan oleh Dewan Pembiayaan kepada raja. Sebaliknya, bisnis terutama merupakan aktivitas penjualan yang melibatkan transaksi dengan bisnis lain untuk memaksimalkan margin keuntungan. Menurut Anoraga dan Soegiastuti (1996), bisnis didefinisikan sebagai kegiatan membeli dan menjual barang dan jasa. Straub dan Attner (1994) mendefinisikan bisnis sebagai perusahaan yang memproduksi dan menjual barang dan jasa yang diinginkan konsumen untuk menghasilkan uang (Muhammad, 2005).

Pengertian Bisnis

Bisnis, menurut Griffin dan Ebert (2008: 4), adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan tujuan memperoleh keuntungan, seperti yang didefinisikan oleh Griffin.

Menurut Sukirno (2010:20), bisnis adalah sarana untuk menghasilkan uang. Akibatnya, setiap orang, baik individu atau kelompok, berusaha mencari cara untuk menghasilkan uang agar kebutuhan mereka dapat terpenuhi. Tidak ada orang di luar sana yang menjalankan bisnis mereka untuk tidak mencari uang.

Menurut Madura (2010:2), bisnis adalah rencana yang dibuat untuk menyediakan barang dan jasa kepada pelanggan. Setiap bisnis terlibat dalam transaksi dengan orang lain. Karena bisnis ini, orang bertanggung jawab atas konsekuensinya. Kerja sama tempat kerja dalam bisnis didasarkan pada identifikasi kebutuhan manajer dari berbagai area fungsional untuk memaksimalkan efektivitas lab guna memenuhi tujuan bersama.

Ada berbagai cara untuk berinvestasi dalam suatu usaha, baik yang dilakukan oleh individu atau kelompok, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan produktivitas dengan menciptakan barang dan jasa yang dapat dijual atau diberikan untuk keuntungan yang sama atau lebih besar dari nilai investasi.

Manfaat Etika

Semua tindak-tanduk dan tingkahlaku seseorang menyelaraskan menurut tata krama yang mengatur tempat tinggal dan pekerjaannya. Tidak ada satu manusia pun yang dapat menjalani kehidupan yang sepenuhnya bebas karena manusia hidup di bawah seperangkat aturan, norma, nilai moral, dan hukum yang menentukan bagaimana seseorang harus melakukan urusannya untuk mempertahankan kebebasan dan kebebasannya dari penindasan.

Norma moral yang dikenakan pada individu dipandang sebagai hambatan bagi kebebasan individu (Lukes, 1973). Menurut konsepsi sosialis, kebebasan dianggap sebagai distribusi kekuasaan yang adil dan, tentu saja, juga kebebasan. Dengan kata lain, kebebasan tanpa kesetaraan sama saja dengan penjajahan oleh penguasa..

Pada awalnya, etika adalah seperangkat standar atau moral yang ditafsirkan secara adil-ke-tidak adil. Dalam konteks etika bisnis, terdapat aturan-aturan moral yang diciptakan untuk dipatuhi agar perusahaan dapat terus beroperasi sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik kualitatif bertujuan untuk memberikan penjelasan yang menyeluruh tentang fenomena dengan mengumpulkan bukti dari berbagai sumber (Kriantono, 2009). (Moleong, 2006) Karena teknik kualitatif tidak mengumpulkan data secara kuantitatif, penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan penjelasan yang menyeluruh dan benar tentang fakta-fakta yang ada.

Pengumpulan data sangat penting dalam penelitian kualitatif, berbeda dengan pendekatan kuantitatif, yang mengandalkan prosedur yang dimaksudkan untuk mengukur atau mengamati variabel. Namun, pengumpulan data dalam studi kualitatif berinteraksi secara simbolis dengan orang-orang yang menjadi narasumber (Iiskandar, 2009).

Para ilmuwan dapat memperoleh data yang mereka butuhkan untuk melakukan penelitian yang produktif dengan menggunakan berbagai teknik

pengumpulan data. Hal ini dipisahkan menjadi dua macam pengumpulan data untuk penelitian ini, "Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi.":

A. Observasi

Observasi adalah metode untuk mengumpulkan informasi dengan tetap memperhatikan item atau kejadian tertentu. Tujuan observasi adalah untuk memungkinkan peneliti melihat dan memahami suatu item atau fenomena berdasarkan pengetahuan dan konsepsi sebelumnya, serta mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk melanjutkan studi. Dalam penelitian ini digunakan metode observasi tidak terstruktur yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif.

B. Studi Kepustakaan (Library Research)

Untuk mengumpulkan data, pendekatan ini mengandalkan sumber tekstual. Tulisan ini didasarkan pada buku teks, jurnal, majalah, surat kabar, dan bahan tertulis lainnya (Simanjuntak 2016: 92).

Dengan metode ini, penulis dapat memperoleh data dari buku-buku akademik, website, dan artikel/jurnal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

I. PERAN ETIKA BISNIS dalam PERUSAHAAN BISNIS

Sebelumnya Kita harus menyadari pentingnya etika dalam bisnis, dan tentu saja etika memainkan peran penting dalam keberhasilan organisasi. Tergantung pada tujuan korporasi, masalah etika bisnis mungkin sangat berbeda. Itu karena ada begitu banyak bidang keahlian yang berbeda di dalam organisasi, dan masing-masing memiliki masalah etikanya sendiri. Di bawah ini adalah uraian mengenai berbagai permasalahan etika bisnis yang dihadapi di beberapa area operasional Perusahaan, yaitu: etika bisnis di bidang akuntansi (*accounting ethics*), keuangan (*finance ethics*), produksi dan pemasaran (*production and marketing ethics*), dan teknologi informasi (information technology ethics) yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) *Accounting Ethics* (Etika Bisnis di Bidang Akuntansi)

Departemen akuntansi perusahaan memainkan peran penting. Akibatnya, departemen akuntansi harus mematuhi standar kejujuran, integritas, dan akurasi tertinggi dalam semua tindakannya. Misalnya, pembuatan beberapa laporan keuangan untuk berbagai pihak dengan maksud menerima keuntungan keuangan dari laporan keuangan tersebut dianggap sebagai praktik akuntansi yang tidak etis. Praktik umum di perusahaan adalah menghasilkan beberapa set laporan keuangan untuk berbagai pemangku kepentingan. Laporan keuangan internal perusahaan, laporan keuangan untuk kantor pajak, dan laporan keuangan untuk bank adalah contoh laporan keuangan. Staf akuntansi

perusahaan dengan sengaja memanipulasi data untuk mendapatkan keuntungan dari pembuatan laporan yang menyesatkan ini.

b) *Financial Ethics* (Etika Bisnis di Bidang Keuangan)

Investor telah menderita akibat skandal keuangan yang disebabkan oleh penerapan tugas keuangan yang tidak tepat. Misalnya, praktik "window dressing" pada laporan keuangan perusahaan yang mengajukan pinjaman bank dapat menyebabkan pelanggaran etika perusahaan di industri perbankan. Kreditur akan mengasumsikan neraca yang baik jika perusahaan mengikuti prosedur ini. Ada masalah dengan pelaporan keuangan perusahaan, yang tidak sesuai dengan angka yang ditunjukkan. Ini adalah contoh lain dari pelanggaran etika keuangan, seperti nilai agunan yang meningkat, yang memungkinkan perusahaan menerima kredit melewati nilai yang didapat mereka yang sebenarnya.

c) *Production and Marketing Ethics* (Etika Bisnis di Bidang Produksi dan Pemasaran)

Masalah etika mungkin timbul dari hubungan perusahaan dengan konsumennya di bidang manufaktur dan pemasaran. Pemerintah Indonesia telah menerapkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk melindungi pelanggan dari perlakuan tidak etis yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Undang-undang ini menguraikan sejumlah praktik komersial terlarang. Adapun, Pelaku dari bisnis dilarang membuat dan/atau memasarkan produk dan/atau jasa seperti::

1) Tidak sama dengan ketentuan undang-undang dan tidak memenuhi standar.
2) Terdapat perbedaan antara berat bersih, isi bersih, dan jumlah yang tertera pada label atau barang..
3) Skala dan jumlah hitungan tidak sesuai dengan pengukuran sebenarnya.
4) Produk dan/atau layanan yang diberikan tidak sesuai dengan persyaratan, jaminan, hak istimewa, atau keefektifan yang dijelaskan pada label, label, atau deskripsi.

d) *Information Technology Ethics (*Etika Bisnis di Bidang Teknologi Informasi)

Pada 1990-an dan awal 2000-an, teknologi informasi merupakan salah satu sektor di mana isu etika perusahaan tumbuh paling besar. Banyak kesulitan etis yang mungkin muncul dalam subjek ini, akses transaksional ke informasi bisnis rahasia, serta serangan terhadap privasi pribadi e-commerce, perlindungan hak cipta termasuk produksi perangkat lunak serta perlindungan hak cipta yang melibatkan pembuatan musik.

II. ETIKA BISNIS di ERA GLOBALISASI

Praktik bisnis telah meluas hingga mencakup seluruh dunia. Bisnis memiliki dampak besar pada setiap elemen kehidupan kita. Dalam skema besar, Negara tidak diragukan lagi terlibat dalam pelaksanaan bisnis. Sulit bagi semua negara untuk puas dengan sumber daya yang mereka miliki karena setiap negara memiliki karakteristik uniknya sendiri. Ada bukti sejarah, mulai dari penjelajahan Eropa di Asia untuk mencari rempah-rempah hingga perdagangan minyak internasional, bahwa suatu negara tidak dapat berkembang tanpa berbisnis dengan negara lain.

Sebagai akibat dari globalisasi, perdagangan internasional menjadi lebih umum. Keanekaragaman ekonomi serta sistem dari perdagangan global tidak dapat dipisahkan dan saling menguatkan. Operasi Ekspor-Impor Multinasional semakin meluas. Ekspor barang nasional dapat memberikan pemasukan bagi negara, sedangkan impor barang luar negeri dapat memasok pasar dalam negeri.

Selain memperoleh apa yang mereka inginkan, setiap negara terus mencari perdagangan di luar negeri, meningkatkan tingkat ekonomi saat ini. Perusahaan multinasional, khususnya di negara berkembang dengan nilai tukar mata uang rata-rata rendah, tidak diragukan lagi merupakan cara untuk mengakses brankas uang dan meningkatkan standar ekonomi. Mengekspor komoditas domestik ke negara lain adalah hal yang mudah bagi negara berkembang, dan menarik investor asing untuk berpartisipasi dalam perusahaan domestik mereka juga sederhana. Sementara itu, mendapatkan produk dan layanan yang diinginkan jauh lebih mudah di negara-negara kaya.

Ada peluang yang benar-benar terbuka sehingga dibutuhkan persaingan demi meraihnya. Ada dua kelebihan yang bisa dijadikan modal untuk sukses:

1) *Absolut*, ketika satu negara dapat menghasilkan produk sedikit lebih murah atau berkualitas lebih baik dari negara lain. Di Indonesia misalnya, diuntungkan memiliki sumber daya alam yang melimpah seperti minyak bumi. Supaya Indonesia bisa jual minyak lebih murah.
2) *Komparatif*, Ketika satu negara menghasilkan barang yang lebih efisien atau lebih baik daripada negara lain yang memproduksi barang serupa. Misalnya, pembuat mobil sport Ferrari menggunakan teknologi terintegrasi untuk membuat mobil balap.

Tidak semua peluang bisnis global bisa langsung dimanfaatkan. Perbedaan sosial dan budaya, kesenjangan ekonomi, dan perbedaan hukum dan politik semuanya dapat menjadi hambatan bagi perdagangan internasional. Organisasi harus mampu mengatasi hambatan tersebut.

Selain faktor budaya, sosial, hokum-politik, dan ekonomi, bisnis juga harus mempertimbangkan masalah Etika Bisnis saat membuat keputusan terkait bisnis. Etika bisnis adalah praktik membedakan antara perilaku yang baik dan yang merugikan berdasarkan pandangan individu dan standar masyarakat. Kode etik diturunkan dari persepsi anak-anak tentang perilaku, nilai, dan pertumbuhan moral orang dewasa serta interaksi mereka dengan teman sebaya.

Tujuan penguraian kode etik adalah untuk:

a. Meningkatkan minat masyarakat terhadap bisnis.
b. Kurangnya potensi regulasi dari pemerintah sebagai bentuk kontrol.
c. Kontribusi akan diterima sebagai instruksi.
d. Bertanggung jawab atas perilaku tidak bermoral.

Selain itu, sangat penting untuk memiliki rasa kewajiban sebagai masyarakat. Istilah "tanggung jawab sosial" mengacu pada gagasan bahwa operasi perusahaan dan hubungan dengan pemangku kepentingannya terkait dengan konteks sosial dan lingkungan di mana ia beroperasi. Tidaklah cukup berkonsentrasi pada tanggung jawab sosial berdasarkan kemanusiaan, kasih sayang, agama, atau moralitas; itu juga merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pelaku bisnis dalam membantu menyelesaikan masalah-masalah sosial yang melanda masyarakat..

Era globalisasi merupakan era atau jaman dimana segala aktifitas manusia berhubungan dengan teknologi, pada jaman ini banyak sekali perkembangan khususnya dibidang teknologi, Sebagai contoh, di masa saat ini, dalam hidup manusia serta fungsinya harus dikaitkan dengan teknologi dan teknologi tersebut sebagai alat yang berguna dalam memfungsikan manusia itu sendiri.

Di zaman modern ini, ditentukan oleh kenyataan bahwa semua aktivitas manusia harus dikaitkan dengan teknologi. Ini biasanya hanya contoh kecil dari pedagang bakso saat ini mendorong atau melintasi gerobak dorong dari satu tempat ke berbagai tempat yang lain, tetapi mereka jarang terlihat hari ini. Pedagang bakso saat ini menyamakan dengan menjual mengguakan motor dan kendaraan lainnya. Ini adalah contoh kecil di mana semuanya serba canggih dan ekonomis akhir-akhir ini.

Oleh karena itu, lama kelamaan tingkat persaingan akan semakin tinggi, dan manusia di era dunia ini berlomba-lomba menggunakan fasilitas yang ada untuk mencapai tujuan yang lebih. Salah satunya adalah persaingan di arena industri. Bisnis adalah sesuatu yang disukai banyak orang karena mereka melihat banyak manfaat dan kemudahan di lembaga negara. Banyak sponsor yang langsung terjun dan bergabung dengan bisnis ini.

Saat ini, hampir setiap aktivitas manusia dibantu oleh perangkat

elektronik seperti telepon seluler dan barang-barang rumah tangga biasa lainnya. Karena itu, dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi di tempat kerja atau menjalankan bisnis. Sebagai contoh, seorang tukang siomay cenderung menggunakan gerobak dari satu tempat ke tempat lain yang sudah lama tidak terlihat. Di zaman sekarang ini, semakin banyak orang menggunakan motor untuk berkeliling, yang merupakan contoh yang baik tentang bagaimana dunia berubah. Akibatnya, ketika ekonomi dunia tumbuh lebih kompetitif, demikian pula pasar bisnis. Bisnis menjadi lebih populer di kalangan masyarakat karena profitabilitasnya serta kemudahan penggunaan dengan teknologi saat ini.

Melihat hubungan antara operasi komersial, kemajuan teknologi, dan globalisasi. Dari pemahaman kami yang ada tentang bagaimana menggabungkan sumber daya untuk menghasilkan hasil yang diinginkan. Penggunaan peralatan berteknologi tinggi sangat penting dalam bisnis teknologi, karena memfasilitasi pertukaran informasi antara produsen dan pelanggan. Globalisasi, atau munculnya persaingan di seluruh dunia dan perubahan global yang cepat, merupakan salah satu faktor yang berkontribusi pada pergeseran ekonomi global. Elemen kedua adalah kemajuan teknologi yang pesat.

Ada sejumlah indikasi bahwa hubungan antara bisnis dan teknologi mutakhir tidak pernah lebih kuat dari sekarang, terutama di era globalisasi. Selain itu, globalisasi memilih orang-orang yang akan terus eksis. Perusahaan harus mampu menyesuaikan diri dengan kondisi pasar dan menyediakan apa saja yang dibutuhkan pelanggan.

Berikut adalah cara berbisnis dengan sukses di era globalisasi dengan perkembangan ekonomi dunia modern:

1. Kita harus terus berinovasi;
2. Berkreasilah untuk mendukung passion Anda dalam berbisnis. Anda harus siap menghadapi persaingan ketat dari pasar lokal dan internasional;
3. Agar dapat bersaing di pasar internasional, Anda harus memanfaatkan peluang. Kita juga harus memperhatikan akhlak kita.

Pembisnis perlu memiliki rasa harga diri yang kuat, baik berupa kedisiplinan diri maupun kemampuan menghadapi kesulitan. Etika bisnis adalah bisnis yang bertujuan untuk membantu orang memahami dan mengatasi stres dengan cara yang sehat. Pembisnis harus dapat mengidentifikasi tugas mana yang harus diselesaikan dan mana yang dapat dihindari, tidak mudah terpengaruh oleh reaksi orang lain sambil memiliki rasa "tanggung jawab".

Selain itu, menjalankan bisnis di dunia yang terglobalisasi saat ini adalah satu-satunya aktivitas manusia yang paling penting dalam hal memproduksi

barang dan menyediakan layanan. Secara tradisional, bisnis telah terkait erat dengan studi ekonomi oleh individu, baik melalui produksi, pembelian, atau cara lain yang menguntungkan individu atau bisnis. Bisnis berfokus pada cara tertentu dalam melakukan sesuatu, Sebaliknya, seorang individu yang terlibat dalam aktivitas mandiri disebut sebagai pembisnis.

Dalam kasus tertentu, kecenderungan masyarakat negara kita untuk melakukan bisnis dapat diidentifikasi dengan kehadiran perusahaan di bidang ekonomi. Orang-orang yang bekerja di sebuah perusahaan atau dipekerjakan oleh satu perusahaan cenderung memiliki banyak pengalaman dalam hal mengelola keuangan mereka.

Memiliki bisnis di era globalisasi hadir dengan banyak peluang, bahaya, tantangan, dan keuntungan. Era globalisasi ini akan memungkinkan pertumbuhan yang cepat dari berbagai jenis bisnis. Keadaan saat ini meruntuhkan sejumlah perubahan signifikan yang terjadi di dunia bisnis.

Globalisasi di era pasca-globalisasi berdampak signifikan terhadap pergerakan pasar global dan munculnya usaha mikro di seluruh dunia. Globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat telah menyebabkan pemilihan dan penghapusan model bisnis yang telah beroperasi selama beberapa waktu, jika tidak selamanya. Globalisasi bisnis belum mencapai titik di mana ia dapat dihentikan oleh satu seleksi alfa.

Karena globalisasi dan kemajuan teknologi, keadaan pasar saat ini telah banyak berubah. Sebagai akibat dari pengaruh globalisasi dan teknologi terhadap suatu bisnis tertentu pada masa globalisasi ini, berikut adalah contoh-contoh perubahan yang terjadi :

1. Kekuasaan ada di tangan konsumen.
2. Batas zona bukan masalah utama
3. Tidak perlu produksi skala besar (volume produksi).
4. Riset dan pengembangan teknologi yang cepat dan efisien..
5. Penekanan semakin ditempatkan pada kualitas dan kuantitas produk.
6. Kepekaan konsumen terhadap harga dan kualitas terus meningkat.

PENUTUP

Sudah diterima secara luas di dunia bisnis bahwa fase start-up masih dalam tahap awal, dan sebagai hasilnya, berbagai peluang ada di banyak sektor. Etika dalam bisnis memerlukan pandangan yang dekat pada potensi perbaikan dan kritik di masa depan. Etika dalam bisnis adalah cermin dari bahaya moral publik, dan pelaku bisnis memiliki profil risiko yang terus berubah. Ini harus dilakukan.

Untuk memastikan bahwa perusahaan yang unggul akan terus menjadi baik di masa depan, etika bisnis terus berubah.

Etika bisnis adalah komoditas yang tak ternilai harganya di dunia persaingan bisnis yang berisiko tinggi saat ini. Di era informasi yang serba cepat saat ini, bisnis apa pun di dunia dapat berkembang dengan cepat dan mudah. Di zaman sekarang ini, cara terbaik untuk berhasil di dunia bisnis adalah dengan membentuk tim yang terdiri dari orang-orang yang dapat mewakili kepentingan perusahaan, pelanggan, pemasok, produsen, dan masyarakat umum. Persaingan bisnis menyebabkan sebagian pelaku bisnis mengabaikan pentingnya etika di tempat kerja..

Pengetatan trust atau keyakinan dari masing-masing elemen individu bisnis dipengaruhi oleh penggunaan logo bisnis. Pelanggan, bisnis, dan pemasok semuanya memiliki peran dalam keberhasilan transaksi. Setiap elemen ini harus dilindungi dengan etika bisnis, sehingga prinsip kerja dapat dilindungi dengan efisiensi maksimal.

Etika bisnis ini dapat digunakan dalam situasi apa pun. Akibatnya, reputasi perusahaan akan sangat terpengaruh, baik dalam skala mikro maupun makro. Meskipun ini mungkin tidak langsung menghasilkan keuntungan finansial, ini adalah investasi yang bijaksana untuk setiap elemen lingkaran bisnis. Karena itu, etika dalam bisnis menjadi sangat penting.

References

Achmad, Charris Zubair. 1995. Kuliah Etika, Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Agus, Arijanto. 2014. Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis, Cara Cerdas dalam memahami Konsep dan Faktor-faktor Etika Bisnis dengan Beberapa Contoh Praktis. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Anoraga, Pandji. Janti, Sugiastuti. 1996. Pengantar Bisnis Modern, Kajian Dasar Manajemen Perusahaan. Jakarta : PT. Dunia Pustaka Jaya.

B.F. Skinner. 1938. The Behavior of Organisms: An Experimental Analysis. Cambridge : Massachusetts: B.F. Skinner Foundation.ISBN 1- 58390-007-1,ISBN 0-87411-487-X.

Bekum, Rafik Issa. 2004. Etika Bisnis Islami (Terjemahan Muhammad). Yokyakarta : Pustaka Belajar.

Bertens, K. 2004. Etika. Jakarta ; Gramedia.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2009. Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi kedua. Jakarta : Balai Pustaka.

Depdikbud. 1996. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka.

Frans, Mardi Hartanto. 2009. Paradigma Baru Manajemen Indonesia. Bandung: Mizan.

Franz Magnis Suseno. 1998. Model Pendekatan Etika, Bunga Rampai Teks-teks Etika dari Plato sampai dengan Nietzsche, Jakarta: Kanisius.

Griffin, Ricky W dan Ebert, Ronald J. 2008. Bisnis ,ed 8 jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Juhaya S. Praja. 2015. Aliran-Aliran Filsafat dan Etika. Jakarta: Penerbit Kencana.

K. Bertens. 2011. Etika. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Madura Jeff, 2001. Pengantar Bisnis. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.

Mohammad A. Shomali. 2011. Relativisme Etika, Analisis Prinsip-Prinsip Moralitas, Jakarta: Serambi.

Muh. Arif Effendi. 2016. The Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi, Jakarta: Salemba Empat.

Muhammad Abdul Ghani, 2005. The Sprituality in Business. Jakarta : PENA.

Straub, J.T. & Attner, R.K. 1994. Introduction to Business. California: Wadworth Publishing Company.

Sukirno Sadono. 2010. Makroekonomi : Teori Pengantar. Edisi Ketiga. Jakarta : PT. Raja Grasindo Perseda.

Wahyu, Y. Istiyono dan Ostaria Silaban. 2006. Kamus Pintar Bahasa Indonesia. Batam : Kharisma Publishing Group.

Yusanto M.I dan M.K. Widjajakusuma. 2002. Menggagas Bisnis Islami. Jakarta : Gema Insani.

PERAN DAN MANFAAT ETIKA BISNIS DALAM ERA GLOBALISASI – sifafauziah692 (wordpress.com) (diakses pada Mei 2022)