
ETIKA BISNIS DI ERA DIGITAL DAN DUNIA IT (INFORMASI DAN TEKNOLOGI) DALAM PERUSAHAAN PT. INDOFOOD TBK

Oleh

Vera Maria¹, Arfan Maulana²

^{1,2}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: ¹vera.maria@untirta.ac.id, ²arfanmlnax0601@gmail.com

Article History:

Received: 04-10-2022

Revised: 15-11-2022

Accepted: 25-11-2022

Keywords:

Etika bisnis, era digital, dunia IT.

Abstract: *Etika bisnis merupakan norma-norma yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam melakukan bisnisnya. Dengan adanya etika bisnis ini maka tidak akan ada pihak-pihak yang merasa dirugikan, karena dalam etika bisnis sendiri sudah diatur bagaimana dalam melakukan bisnis. Dalam era digital dan perkembangan dunia IT ini, etika bisnis harus tetap dijalankan. Jangan sampai ketika era digital sudah diterapkan, namun etika bisnis semakin dipudarkan. Dalam PT. Indofood Sukses Makmur Tbk sendiri etika bisnis masih diterapkan, apalagi di era digital dan perkembangan IT saat ini. Untuk itu tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis di PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dalam era digital dan perkembangan dunia IT. Penggunaan metode dalam artikel ilmiah ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan dengan berbasis literatur-literatur terkait untuk memperkuat argumentasi pada artikel ini. Sehingga artikel ini dibuat sebagai landasan dalam memberikan argumentasi mengenai etika bisnis di era digital dan dunia IT yang diimplementasikan di PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.*

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, teknologi yang ada di dunia ini tentu mengalami peningkatan dan pengembangan yang cukup pesat. Adanya transformasi dari era tradisional menjadi digital atau yang lebih sering disebut digitalisasi. Mengelola system informasi dan akan menjadi bisnis yang baru yang ada di layanan digital.

Di era kemajuan layanan digital yang sudah tersebar dimana-mana tentu akan mempermudah sebuah perasaan mendapatkan berbagai macam informasi guna kebutuhan internal perusahaan yang memungkinkan untuk mendatangkan peluang untuk bisnis baru. Dengan begitu, perusahaan dan manager memiliki tantangan untuk menyusun ulang strategi bisnis digital untuk tetap bertahan dan meningkatkan kemampuan organisasi.

Di dalam bisnis digital yang telah ada ini berisi transaksi digital yang dimana sistemnya ini tidak bertemu secara tatap muka antara produsen dan konsumen untuk mengefisiensi waktu karena dalam bisnis digital tidak memerlukan banyak waktu untuk bertransaksi. Tetapi semua itu tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya etika dalam bisnis. Para pengusaha ini perlu mendalami bagaimana etika bisnis harus dilaksanakan. Bisnis digital

akan mempermudah apabila etika yang digunakan adalah baik dan justru akan mendatangkan masalah yang baru apabila tidak berdasar pada etika bisnis yang baik.

Setiap organisasi harus beradaptasi terhadap perkembangan era digital, selain itu perusahaan atau organisasi juga wajib untuk memiliki sifat yang fleksibel guna bisa terus menyesuaikan dengan perubahan yang akan selalu ada dalam organisasi. Setiap individu maupun kelompok yang ada dalam organisasi memiliki potensi akan muncul masalah etika dan moral di organisasi. Digitalisasi memungkinkan kita untuk mendapatkan informasi dengan cepat.

Etika sangat dibutuhkan dalam kelancaran bisnis karena bisa meningkatkan rasa percaya satu sama lain. Etika juga berfungsi sebagai pedoman bagi semua yang melakukannya. Dengan begitu, apabila ingin bisnis berjangka panjang tentu harus dengan kedisiplinan terhadap etika. Maksudnya adalah memahami dan menaati etika yang sudah seharusnya dilakukan. Dalam penilaian bisnis untuk menarik konsumen juga bisa melihat dari aspek etikanya terhadap masyarakat luas.

Berdasarkan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memahami apa peran etika bisnis di era digitalisasi perusahaan PT Indofood Tbk.

LANDASAN TEORI

Etika

Secara etimologis “etika” berasal dari Bahasa Yunani kuno (Ethikos) yang berarti watak atau sifat, kebiasaan dan tempat yang baik. Sementara itu secara terminology etika dapat diartikan sebagai pengetahuan yang mengulas tentang baik-buruknya tingkah laku atau benar tidaknya tingkah laku manusia. Menurut (Pratiwi & Kurniawan, 2022) Untuk memperkirakan nilai benar dan salah dari sisi keadilan, etika membutuhkan peninjauan yang kritis terhadap sikap manusia. Akibatnya etika kerap dihubungkan dengan budi pekerti, norma, kode etik dan hubungan antara manusia dengan lingkungan sekitarnya.

Etika secara praktik juga berarti berarti nilai atau moral. Menurut analisis Bertens (2004) Etika atau moralitas ini didefinisikan dalam tiga kategori, 1) Etika dalam artian nilai nilai dan norma moral sebagai panduan dalam mengendalikan tingkah lakunya bagi seseorang individu maupun bagi sekumpulan orang dalam suatu organisasi. 2) Etika dalam artian kode etik, yaitu kumpulan asas 3) Etika dalam artian filsafat moral, etika sebagai ilmu untuk menilai baik dan buruknya perilaku.

Etika dalam perspektif terdahulu digolongkan menjadi 2 yaitu consequentialist atau teologi dan non consequentialist atau deontology. Etika dalam teori teologi dalam Bahasa Yunani (telos) memiliki arti tujuan, yaitu mengukur baik-buruknya perilaku atau tindakan berdasarkan tujuan yang akan dicapai dengan tindakan tersebut, atau berdasarkan akibat yang timbul dari tindakan tersebut. Sedangkan dalam teori deontologis, menentukan etika dari tindakan berdasarkan keterikatannya dengan aturan atau kewajiban.

Bisnis

Bisnis merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan laba atau profit dari hasil aktivitas jual beli barang atau jasa (Griffin dan Ebert, 2004). Sedangkan Menurut Sukirno (2010: 20) berpendapat bahwa bisnis adalah aktivitas untuk menghasilkan keuntungan, dimana setiap individu maupun kelompok yang melakukan kegiatan ini untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan mengharapkan keuntungan, tidak ada individu

atau kelompok yang melakukan kegiatan bisnis dengan mengharapkan kerugian. Menurut (Hasoloan, 2018) Bisnis adalah seluruh rangkaian kegiatan yang melibatkan investasi pada sumber daya yang ada, kegiatan ini bisa dilakukan secara individu atau kelompok, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan taraf hidup dengan menciptakan barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Etika bisnis

Tujuan utama bisnis adalah mendapatkan dan memaksimalkan keuntungan dengan mengurangi pengeluaran biaya produksi. Setiap perusahaan memiliki strategi sendiri dalam mengatur produktivitasnya agar mencapai tujuan bisnisnya. Dalam melangsungkan kegiatan bisnisnya perlu adanya etika, karena bisnis tidak terlepas dari etika yang menjadi ciri khas dengan menjunjung nilai moral dan spiritual.

Sebagaimana etika terapan pada umumnya, etika bisnis dapat diimplementasikan pada tiga tingkatan, pada tataran makro, etika bisnis mengkaji aspek moral dari sistem ekonomi secara keseluruhan atau mengangkat isu secara besar-besaran. Pada tingkat menengah, etika bisnis mengkaji isu-isu etika organisasi atau perusahaan. Pada tingkat mikro, fokusnya terutama pada orang-orang yang terkait dengan ekonomi dan/atau perusahaan, seperti karyawan dengan atasan, penyedia jasa atau barang dan pembeli, serta supplier dan investor.

Sebuah perubahan yang sangat pesat dapat dilihat dari digitalisasi yang terjadi di berbagai bidang. Digitalisasi mampu menghubungkan jutaan orang hanya dengan melalui jaringan, di dunia bisnis digitalisasi mampu memberikan peningkatan peluang bisnis, memberikan efisiensi dan efektivitas bagi bisnis, serta memperbaiki lingkungan melalui pengelolaan asset atau kekayaan yang baik. Perkembangan teknologi memberikan perubahan yang akan membawa masyarakat ke dunia baru. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis untuk melangsungkan bisnisnya dengan mengikuti aspek aspek perubahan yang ada.

Dalam mengikuti perkembangan yang ada, penerapan etika bisnis di era digitalisasi dengan teknologi dan informasi diperlukan sebagai rambu pengingat agar bisnis berjalan tanpa merugikan pihak manapun dan terus tumbuh dengan keputusan yang bijaksana dengan memperhatikan baik buruknya suatu tindakan. Maka dari itu prinsip yang kuat dan mendasar perlu diterapkan, prinsip tersebut yaitu ; 1) Prinsip otonomi, dimana pelaku bisnis secara sadar bertanggung jawab atas bisnisnya dan bebas namun tetap sadar dalam melakukan suatu tindakannya. 2) Prinsip kejujuran, dimana hal ini penting untuk keberlangsungan bisnis, kejujuran relevan dalam hubungan kerja internal dan eksternal dalam suara bisnis. 3) Prinsip keadilan, inti dari prinsip ini adalah keseimbangan antara hak dan kewajiban bagi setiap orang khususnya yang berhubungan dengan bisnis. 4) Prinsip saling menguntungkan, prinsip ini mengutamakan tidak adanya pihak yang merasa dirugikan dengan kata lain menanamkan kesadaran kesemua pihak untuk saling memberikan keuntungan. 5) Prinsip integritas moral, pelaku bisnis dituntut untuk berbuat dan bertindak dengan baik dan menjadi yang terbaik bagi bisnisnya. Pengambilan keputusan perlu diperhitungkan secara matang agar mendapatkan keputusan yang maksimal sehingga keputusan tersebut dihormati oleh pihak pihak yang bersangkutan.

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Berdasarkan penelitian artikel ilmiah kali ini, penulis melakukan sebuah observasi penelitian terhadap Etika Bisnis di Era Digital di Dunia IT dalam Perusahaan PT Indofood Tbk. Objek pada penelitian ini bersumber dari berbagai literatur seperti *google scholar*, media *online*, literatur *review* dan laporan perusahaan PT Indofood Tbk.

Desain Penelitian

Penelitian ini mengkaji mengenai Etika Bisnis di Era Digital di Dunia IT dalam Perusahaan PT Indofood Tbk. Tujuan dari penelitian ini ialah peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai Etika Bisnis di Era Digital di dunia IT dalam Perusahaan PT Indofood Tbk. Dalam penelitian ini peneliti metode yang digunakan ialah metode sytudi literatur, adapun sumber-sumber penelitian yang menjadi data pada penelitian ini ialah yang terdapat pada internet seperti media *online*, *google scholar*, dan *literature online*.

Jenis Penelitian Dan Sumber Data**1. Jenis Penelitian**

Berdasarkan penelitian dari artikel ilmiah ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi literatur atau *library research* yaitu metode pengumpulan data, membaca, mencatat, serta menelusuri dan mengolah sumber-sumber penelitian yang telah dibuat sebelumnya.

2. Sumber Data

Penulis artikel ilmiah ini mengkaji dan mengambil sumber data dari studi literature review dengan metode *library research*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari internet seperti media *online*, *google scholar* dan literatur *online*.

Operasional Variabel**1. Etika Bisnis**

Etika Bisnis adalah tindakan yang harus dilakukan dalam melakukan kegiatan bisnis yaitu dengan tidak melanggar norma atau peraturan organisasi ataupun masyarakat, setiap kegiatan harus sesuai dengan norma, aturan, serta etika yang ada. Etika bisnis memiliki keterkaitan dengan masalah penilaian terhadap perilaku dalam kegiatan berbisnis yang berdasarkan pada kebenaran dalam berbisnis ataupun kejujuran dalam berusaha.

Muslich (2004:9) berpendapat bahwa etika bisnis merupakan ilmu mengenai tata cara standar pengetahuan dan pengelolaan sebuah bisnis atau usaha yang harus memperhatikan aturan serta moralitas yang berlaku dalam masyarakat atau secara umum. Muslich juga mengemukakan prinsip dalam etika bisnis, yaitu prinsip ekonomi, adil, jujur, hormat pada diri sendiri, serta niat baik dan tidak berniat jahat.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Profil PT. Indofood Tbk**

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk atau yang sering dikenal dengan PT. Indofood ialah sebuah usaha yang memproduksi berbagai macam makanan dan minuman. Tidak sedikit produknya yang menghiasi rak-rak supermarket di Indonesia. Perusahaan indofood sendiri dibangun sejak tahun 1990, dimana orang pertama yang membangunnya adalah Sudono Salim. Mulanya, PT. Indoffo Tbk bernama PT. Panganjaya Intikusuma, akan tetapi sejak tahun 1994 perusahaan tersebut menggantikan nama Panganjaya Intikusuma menjadi PT. Indofood Sukses Makmur. Perusahaan ini memiliki visi yaitu ingin menjadi perusahaan yang

bisa melakukan pemenuhan terhadap kebutuhan akan pangan dengan produk yang bermutu dan berkualitas, selain itu aman untuk dikonsumsi dan akan menjadi pemimpin di industri makanan. Adapun misi dari perusahaan ini adalah menjadikan perusahaan yang berskala transnasional yang dimana mampu untuk membawa nama negara di Indonesia pada industri makanan.

PT. Indofood Tbk sendiri membagi bisnisnya ke dalam Lima segment, diantaranya yaitu: agrobisnis, distribusi serta budi daya, bogasari dan juga pengolahan sayur-sayuran. PT. Indofood Tbk saat ini sudah berhasil melakukan ekspor bahan makanan hasil produksinya sampai ke Eropa Asia dan bahkan Australia. Produknya yaitu Mie instant, es krim, biskuit, makanan ringan, minyak goreng, pasta, susu dan lain-lain. Akan tetapi produk yang sangat diminati di pasaran global yaitu Mie instant yang bermerek Indomie. Setelah melalui reorganisasi yang dilakukan pada tahun 2009, PT. Indofood Tbk saat ini sudah tidak lagi melakukan produksi dalam bidang makanan dan minuman secara langsung. Melainkan melalui anak perusahaan yang bernama Bogasari Flour Mills dan katanya anak perusahaan ini juga akan dipisah menjadi PT baru.

Penerapan Etika bisnis di era digital dan Dunia IT pada PT. Indofood Tbk

Era digital saat ini berkembang dengan sangat cepat, dan tidak bisa dihindari sama sekali. Dengan adanya era digital, semua hal bisa dilakukan lebih efektif dan efisien, hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan. Khususnya pada perusahaan yang memproduksi makanan dan minuman, seperti PT. Indofood Tbk. Proses produksi akan semakin mudah, dan pendistribusian barang akan dicapai oleh semua orang. Baik itu konsumen yang ada di daerah perkotaan ataupun daerah pelosok sekalipun.

Dalam penerapan teknologi di era digital yang saat ini sedang digembor-gemborkan oleh perusahaan, etika bisnis juga seharusnya tetap dilakukan. Jangan sampai karena adanya digitalisasi dan dunia IT, etika bisnis harus ditinggalkan oleh para pemangku bisnis yang akan membuat karyawan merasakan dirugikan.

PT Indofood masih tetap menerapkan etika bisnis di dalam gempuran era digital dan percepatan teknologi yang terjadi. Terbukti bahwa hingga saat ini jarang sekali karyawan yang melakukan aksi mogok kerja. Walaupun hingga aksi demo itu pamor terdengar hingga disorot media.

Seperti halnya yang diungkapkan oleh Muslich (2004) etika bisnis yaitu sebuah ilmu atau pengetahuan mengenai suatu metode yang paling baik yang berisi aturan-aturan dan juga cara mengelola bisnis dengan cara tidak mengesampingkan norma dan moralitas yang berlaku secara universal. Dalam Bonita (2017), diungkapkan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi etika bisnis di dalam PT. Indofood Tbk, diantaranya yaitu:

1. Standar perilaku

PT Indofood Tbk menerapkan standar perilaku yang harus dianut oleh para karyawannya. Standar perilaku ini bukan diterapkan oleh karyawan tingkat bawah saja, tetapi tingkat atas juga harus menerapkan standar perilaku yang sudah ditentukan. Adapun untuk standar perilaku yang harus dilakukan yaitu; kejujuran, adanya transparansi dan saling menghormati hak-hak asasi yang dimiliki manusia yang lain. Dan yang paling terpenting adalah adanya rasa saling menjaga kepentingan masing-masing karyawan dan menghormatinya.

2. Mematuhi hukum

PT Indofood Tbk mengharuskan semua pihak yang berhubungan dengan pihak perusahaan harus mampu mematuhi hukum yang berlaku sesuai dengan tempat perusahaan itu berdiri. Baik itu klien, karyawan, bawahan, atasan dan seluruh pihak yang memiliki kepentingan dengan PT Indofood Tbk.

3. Karyawan

Dalam hal ini PT. Indofood memberikan suatu kesempatan yang sama pada semua karyawan untuk meningkatkan karirnya masing-masing, tidak ada perbedaan yang akan dilakukan. Untuk perekrutan karyawan sendiri PT Indofood Tbk, melakukan perekrutan dengan mengambil calon karyawan yang memiliki keahlian dan keterampilan yang disesuaikan dengan kebutuhan karyawan. Dalam penugasan juga, pihak perusahaan sama sekali tidak melihat dari suku, agama dan ras yang dimiliki oleh setiap karyawan. Adapun hubungan industrial antara karyawan dan perusahaan ialah dengan menggunakan perjanjian kerja sama.

4. Pemegang saham

PT Indofood Tbk. melakukan kegiatan usaha dengan berasaskan mengelola usaha dengan cara yang baik dan memiliki taraf internasional. Perusahaan akan menginformasikan mengenai aktivitas yang dilakukan hingga pencapaian kinerja kepada pihak pemegang saham sesuai dengan dengan waktu yang sudah ditetapkan

5. Mitra bisnis

Perusahaan ini berkomitmen tinggi dalam mempererat hubungannya dengan para pemasok, konsumen dan mitra usaha yang sudah ditetapkan. Karena dengan adanya jalinan usaha tersebut, pihak perusahaan dapat mengharapkan bahwa para mitra dapat mematuhi prinsip-prinsip bisnis yang lain yang sesuai dengan prinsip PT Indofood Tbk.

6. Inovasi

Perusahaan akan selalu berusaha untuk mewujudkan kemauan atau keinginan konsumen. Dan juga terus memperhatikan dan mempertahankan standar keamanan produk yang diciptakan harus akurat.

7. Persaingan

Perusahaan akan terus mendukung pengembangan perundang-undangan yang mengenai mengenai persaingan yang wajar. Jika selama persaingan itu wajar dan sehat, perusahaan dan karyawan perusahaan akan terus berkembang.

8. Benturan kepentingan

Perusahaan sudah memberikan aturan mengenai perlindungan karyawan akan segala benturan akan kepentingan dapat dihindarkan. Terutama yang paling berurusan dengan uang atau financial.

9. Sistem manajemen lingkungan

PT. Indofood sudah menerapkan sistem manajemen lingkungan (SLM) yang bahkan pada beberapa bagian perusahaan yang sudah dipecah itu menerima penghargaan ISO 14001. Dan rencananya bahwa seluruh operasional perusahaan akan menaikannya yang akan dinyanyikan oleh sepupunya tadi.

10. Kebijakan keselamatan dan kesehatan kerja

Perusahaan membuat sebuah kebijakan mengenai kesehatan dan keselamatan kerja (K3) selama melakukan pekerjaan di PT. Indofood Tbk. Dimana di dalamnya terdapat jaminan keselamatan kerja karyawan yang diberikan oleh perusahaan atas kecelakaan

yang sudah terjadi. Perusahaan juga sudah sesuai dengan pasal perundang-undangan yang sudah ditentukan oleh pemerintah.

Dari penerapan etika bisnis di atas, PT. Indofood Tbk menerapkan semua etika bisnis itu secara berdampingan dengan penerapan teknologi dan digitalisasi di perusahaan, karena jangan sampai perusahaan berubah menjadi digital dan dengan teknologi yang mumpuni tapi karyawan dan pihak yang berkepentingan lainnya merasa dirugikan. Tapi hal itu tidak terjadi di PT. Indofood Tbk, etika bisnis dan teknologi serta digital diterapkan secara berdampingan dan bahkan membuat lingkungan perusahaan yang nyaman. Hal ini bisa terjadi karena pihak perusahaan masih menerapkan dengan kokoh setiap poin-poin etika untuk kelangsungan hidup perusahaan. Etika itu seharusnya selalu ada, jangan sampai etika yang sudah dibangun harus tergerus oleh pergerakan digital yang dinamis dan tidak bisa dibaca.

KESIMPULAN

Etika dalam perspektif terdahulu digolongkan menjadi 2 yaitu consequentialist atau teologi dan non consequentialist atau deontology. Etika dalam teori teologi dalam Bahasa Yunani (telos) memiliki arti target, ialah dengan menilai kualitas perilaku atau kegiatan berdasarkan target yang akan dicapai dengan kegiatan tersebut, atau bersumber pada akibat yang timbul dari kegiatan tersebut. Sedangkan dalam teori deontologis, menentukan etika dari tindakan berdasarkan keterikatannya dengan aturan atau kewajiban.

Tujuan utama bisnis adalah mendapatkan dan memaksimalkan keuntungan dengan mengurangi pengeluaran biaya produksi. Setiap perusahaan memiliki strategi sendiri dalam mengatur produktivitasnya agar mencapai tujuan bisnisnya. Dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya perlu adanya etika, karena bisnis tidak terlepas dari etika yang menjadi ciri khas dengan menjunjung nilai moral dan spiritual.

Perusahaan Indofood sendiri dibangun pada tahun 1990 oleh Sudono Salim dengan nama PT Panganjaya Intikusuma, namun pada tahun 1994 perusahaan ini berganti nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur. Perusahaan ini memiliki visi yaitu menjadikan perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan produk bermutu berkualitas, aman untuk dikonsumsi dan menjadi pemimpin di industri makanan. Adapun untuk misinya sendiri yaitu menjadi perusahaan transnasional yang dapat membawa nama Indonesia di bidang industri makanan.

PT Indofood membagi bisnisnya ke dalam lima segment, diantaranya yaitu: bogasari, agrobisnis, distribusi serta budi daya, produk konsumen bermerek dan pengolahan sayuran. Perusahaan ini sudah berhasil mengeksport bahan makanannya hingga ke Eropa, Australia, dan Asia. Setelah melalui reorganisasi yang dilakukan pada tahun 2009, Indofood tidak lagi memproduksi makanan dan minuman secara langsung. Melainkan melalui anak perusahaan yang bernama Bogasari Flour Mills dan katanya anak perusahaan ini juga akan dipisah menjadi PT baru.

Dalam penerapan teknologi di era digital yang saat ini sedang digembor-gemborkan oleh perusahaan, etika bisnis juga seharusnya tetap dilakukan. Jangan sampai karena adanya digitalisasi dan dunia IT, etika bisnis harus ditinggalkan oleh para pemangku bisnis yang akan membuat karyawan merasakan dirugikan. PT Indofood masih tetap menerapkan etika bisnis di dalam gempuran era digital dan percepatan teknologi yang terjadi. Terbukti bahwa hingga saat ini jarang sekali karyawan yang melakukan aksi mogok kerja. Ataupun hingga

aksi demo itu pamor terdengar hingga disorot media.

SARAN

Para pengusaha dan pebisnis perlu mendalami dan mengetahui bagaimana etika bisnis harus dilaksanakan dalam sebuah perusahaan. Karyawan yang ingin menerapkan etika dalam bisnis harus memiliki keyakinan dalam pikirannya agar tidak terjadi kecurangan dan kebohongan di dalam perusahaan. Etika bisnis akan melindungi suatu perusahaan dari berbagai pelanggaran bisnis yang merugikan perusahaan itu sendiri. Ketaatan pada etika bisnis merupakan norma bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Penerapan etika bisnis di era digitalisasi ini juga harus dilakukan agar dalam kegiatan berbisnis sesuai dengan aturan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bonita. (2017). Penerapan Etika bisnis (Nilai Etika) di PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
- [2] Bertens, K. (2004). Etika. Jakarta ; Gramedia
- [3] Griffin, Ricky W dan Ebert, Ronald J. 2008. Bisnis ,ed 8 jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- [4] Hasoloan, A. (2018, Juli). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta Edisi* 57.
- [5] Keraf, Sonny, (1998). Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya, Kanisius. Yogyakarta.
- [6] Laily, R. A. (2012). Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta.
- [7] Muslich. (2004). Etika bisnis Islami. *Ekonesia*.
- [8] Pratantia Aviatri, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Journal of Accounting and Finance*, 6, 194-205.
- [9] Pratiwi, A. A., & Kurniawan, T. (2022). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Maspion. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 89-94.
- [10] Sukirno Sadono. 2010. Makroekonomi : Teori Pengantar. Edisi Ketiga. Jakarta : PT. Raja Grasindo Perseda.