

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 11, 2023, Halaman 328-333
Licenced by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.10277158)
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10277158>

Analisis Implementasi Etika Bisnis Pada Era Digitalisasi

Adyanto Armando Purba¹ Wanda Nilam Sari Br. Harefa², Muhammad Bagas Ardhana³,
Bonaraja Purba⁴

¹²³⁴Universitas Negeri Medan

Email: Adyantopurba12@gmail.com¹, Wandanilam52@gmail.com², bagaszardhanaz@gmail.com³,
bonarajapurba@gmail.com⁴

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai landasan untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis yang terjadi pada era digitalisasi masa kini. Pembahasan terfokus dengan melihat bagaimana bisnis dapat berkembang pada era globalisasi dan digitalisasi tetap mempertahankan dasar/ aturan dalam berbisnis. Maka berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa aturan dalam berbisnis tetap ada, bisnis yang dilakukan secara online juga tetap memiliki etika sebagai landasan untuk mengatur para pebisnis dalam menjalankan usahanya.

Kata kunci : *Etika, Bisnis, Digitalisasi*

Abstract

The purpose of this research is as a basis for finding out how the application of business ethics occurs in the current era of digitalization. The discussion focuses on looking at how business can develop in the era of globalization and digitalization while maintaining the basic/rules of doing business. So, based on the results and discussion of this research, it can be concluded that the rules in doing business still exist, business conducted online also still has ethics as a basis for regulating business people in running their business.

Keywords: *ethics, business, digitalization*

Article Info

Received date: 22 November 2023

Revised date: 28 November 2023

Accepted date: 02 December 2023

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah bergerak maju dengan sangat cepat dan telah mengubah paradigma ekonomi dan masyarakat global. Banyak hal positif yang dibawa oleh transformasi digital ini, termasuk di antaranya adalah memanfaatkan digitalisasi untuk mencapai tujuan ekonomi dan bisnis. Transformasi digital adalah masa depan ekonomi dan bisnis. Nilai industri digital Indonesia telah tumbuh secara signifikan dari 41 miliar dollar pada tahun 2019 menjadi 77 miliar dollar pada tahun 2022 dan diperkirakan akan meningkat menjadi 130 miliar dollar pada tahun 2025, terutama didorong oleh e-commerce, transportasi dan pengiriman makanan, perjalanan online dan media online. Selain itu, COVID-19 juga mempercepat transformasi digital, membuat masa depan datang lebih cepat dari yang dibayangkan. Hasil survei mengkonfirmasi pergeseran cepat interaksi pelanggan dengan saluran digital. Rata-rata, 58 persen interaksi pelanggan di dunia setelah pandemi covid-19 bersifat digital dibandingkan dengan 36 persen pada periode sebelum pandemi, bahkan sekarang menjadi 80 persen. "Salah satu kesempatan yang dapat dimanfaatkan dari ekonomi digital adalah membantu mengakselerasi bisnis Indonesia melalui pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta perkembangan ekonomi syariah.

Etika Bisnis adalah cara yang digunakan dan diterapkan dalam kegiatan bisnis, mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan perusahaan, individu, serta masyarakat (Saban Echdar, 2019). Kegiatan bisnis yang berlandaskan etika adalah bisnis yang dilakukan berdasarkan metoda-metoda yang baik serta cara berfikir yang sesuai dengan logika dan estetika yang berkembang di masyarakat. Dengan demikian bisnis yang berdasarkan etika akan berjalan tanpa merugikan pihak lain. Memahami apa yang benar atau salah dan dapat diterima atau tidak dapat diterima berdasarkan

harapan organisasi dan masyarakat merupakan pengertian dari Etika Bisnis (Ferrell and Ferrell, 2017). Dengan kata lain Etika bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam kegiatan dengan tidak menyalahi aturan organisasi dan masyarakat. Didalam etika bisnis, setiap kegiatan harus sesuai dengan norma dan etika yang berlaku dan setiap tindakan yang dilakukan atas dasar moralitas dan prinsip kebenaran yang disertai dengan tanggung jawab oleh masing-masing pelaku bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bersumber dari penjelajahan internet. Metode penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena yang terjadi pada masa sekarang untuk memberi gambaran secara teratur, faktual dan tepat berdasarkan fakta atau sifat dan hubungan antara hal yang diteliti. Menurut Sugiyono (2014) metode analisis deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Bisnis Pada Era Digitalisasi

Dalam era digitalisasi yang sedang berkembang pesat, bisnis digital menjadi salah satu tren yang tak dapat diabaikan. Bisnis digital merujuk pada segala bentuk kegiatan bisnis yang menggunakan teknologi digital dan platform online sebagai medium utama untuk berinteraksi dengan konsumen serta menjalankan operasional bisnis. Bisnis digital adalah bentuk bisnis yang mengutamakan penggunaan teknologi digital, seperti internet dan perangkat elektronik, sebagai sarana utama dalam menjalankan semua aspek operasional dan interaksi dengan pelanggan. Ini mencakup segala aktivitas bisnis mulai dari pemasaran, penjualan, manajemen stok, hingga layanan pelanggan, semuanya dilakukan melalui platform online.

Kelebihan Bisnis Digital adalah sebagai berikut

- 1) **Jangkauan Luas dan Global**
Bisnis digital memungkinkan Anda untuk mengatasi batasan geografis. Anda dapat mencapai konsumen tidak hanya di daerah sekitar, tetapi juga di berbagai belahan dunia tanpa harus memiliki kantor fisik di setiap tempat.
- 2) **Biaya Operasional Lebih Rendah**
Beroperasi secara digital mengurangi biaya overhead seperti penyewaan ruang fisik, utilitas, dan inventaris. Pemasaran online juga bisa lebih efisien dan terjangkau daripada pemasaran tradisional.
- 3) **Fleksibilitas Waktu**
Dengan bisnis digital, Anda dapat mengatur jadwal kerja yang lebih fleksibel. Anda tidak terbatas oleh jam kerja konvensional, karena platform online dapat diakses 24/7 oleh konsumen.
- 4) **Target Pasar Lebih Tepat**
Dengan analitik dan alat pemasaran online, Anda dapat memahami perilaku konsumen dengan lebih baik dan mengarahkan kampanye pemasaran kepada target pasar yang tepat.
- 5) **Kemampuan untuk Berinovasi**
Dalam bisnis digital, inovasi dapat diimplementasikan dengan cepat. Anda bisa mencoba berbagai model bisnis baru, produk, atau layanan tanpa perlu perubahan besar pada infrastruktur fisik.
- 6) **Interaksi Pelanggan yang Lebih Personal**
Melalui media sosial dan platform komunikasi lainnya, Anda dapat berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. Ini memungkinkan Anda untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan memahami kebutuhan mereka dengan lebih baik.
- 7) **Skalabilitas**
Bisnis digital memiliki potensi untuk tumbuh secara cepat dan fleksibel sesuai dengan permintaan pasar. Ini memungkinkan Anda untuk mengatasi pertumbuhan tanpa mengalami kendala fisik.

Bisnis digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, memungkinkan banyak pelaku usaha untuk tumbuh dan bersaing di pasar global. Namun, seperti halnya bisnis konvensional, keberhasilan dalam bisnis digital juga bergantung pada strategi yang baik, pemahaman yang mendalam tentang pasar dan pelanggan, serta komitmen untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren. Seperti halnya bisnis konvensional, bisnis digital juga memiliki berbagai macam jenis. Contoh penerapan dari bisnis digital :

1. e-commerce
yang cukup terkenal adalah Amazon, dimana pada e-commerce ini mereka hanya menjual produk dari persediaan mereka sendiri dan tidak ada pihak ketiga yang menjual produknya disini.
2. Premium
Merupakan bisnis digital yang memiliki dua versi, yaitu versi gratis dan premium. Perusahaan akan menawarkan dua versi ini, biasanya pada versi gratis kamu akan melihat jeda iklan sedangkan pada versi premium kamu tidak akan melihatnya sehingga kamu tidak akan terganggu dengan jeda iklan tersebut pada saat menggunakan produk seperti aplikasi game. Dan tentunya, kamu bisa mengubah dari versi gratis menjadi versi premium dengan biaya tertentu.
3. On-Demand
On-demand merupakan bisnis digital yang menawarkan produk untuk bisa digunakan oleh konsumen dalam jangka waktu tertentu. Misalnya saja contoh yang cukup populer adalah Netflix dimana kamu bisa membeli paket tertentu agar bisa menonton film yang ada di aplikasi tersebut.
4. Marketplace
Di Indonesia, marketplace yang cukup banyak digunakan adalah seperti Shopee dan Tokopedia. Marketplace sendiri merupakan sarana yang diberikan untuk melakukan kegiatan jual beli dan bertransaksi. Orang-orang yang mempunyai toko dan bisnis dapat menjual barangnya disini.

Aturan/Dasar Hukum Bisnis Digital

Undang-Undang Perdagangan

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur semua hal yang berkaitan dengan perdagangan baik online maupun offline. Bisnis online sendiri diatur dalam Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang berbunyi sebagai berikut:

1. Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
2. Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
3. Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
4. Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
 - o identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;
 - o persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
 - o persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;
 - o harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
 - o cara penyerahan Barang.
5. Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.
6. Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

Peraturan Pemerintah

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mengatur tentang Pihak-pihak yang melakukan, persyaratan, penyelenggaraan, kewajiban pelaku usaha, iklan, penawaran, penerimaan, konfirmasi, kontrak, pembayaran, pengiriman barang, penukaran barang dalam Perdagangan dengan Sistem Elektronik, perlindungan data pribadi, penyelesaian sengketa PMSE hingga pengawasan dan pembinaan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ini dibuat sebagai pelaksana amanat yang lebih lanjut dari ketentuan Pasal 66 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang berbunyi: Ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ditetapkan Presiden Joko Widodo pada tanggal 20 November 2019 di Jakarta. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik diundangkan di Jakarta pada tanggal 25 November 2019 oleh Menkumham Yasonna H. Laoly. Agar setiap orang mengetahuinya Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ditempatkan pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222. Penjelasan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ditempatkan pada Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420.

Lingkup Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ini mencakup semua kegiatan perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan moda dan jenis sistem komunikasi elektronik, baik itu online maupun offline. Dan hal ini juga mencakup hubungan hukum dalam konteks antara pelaku usaha, maupun pelaku usaha dengan konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Selain UU Perdagangan dan Peraturan Pemerintah yang menunjang aturan tentang bisnis online, selanjutnya yang perlu diketahui adalah Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Segala hal yang menyangkut hak dan kewajiban baik konsumen maupun pelaku bisnis dijelaskan dalam Undang-Undang ini. Serta di dalamnya dijelaskan bahwa pelaku usaha tidak diperbolehkan menjual barang yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan pada label atau iklan, ketentuan produksi secara halal, dan mencantumkan tanggal kadaluwarsa juga disebutkan dalam UU ini. Tujuannya agar pelaku bisnis dapat memperhatikan secara detil ketentuan-ketentuan yang ada dan memahaminya seiring dengan praktik usahanya.

Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

mengatur seluruh penyebaran informasi dan transaksi secara elektronik. Dengan berkembangnya transaksi dengan alat bukti yang sebelumnya hanya berupa bukti fisik (struk/bon/kwitansi, dan lain-lain), kini berubah dan disesuaikan dengan alat bukti elektronik. Hal ini sesuai penjelasan pada Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No. 11/2008, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 /2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau UU ITE, yang menyatakan bahwa informasi elektronik, dokumen elektronik, dan hasil cetaknya merupakan alat bukti sah dan merupakan perluasan dari alat bukti yang sah dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia.

Tantangan Bisnis Di Era Digitalisasi

Tantangan dalam berbisnis di era digital sendiri adalah pelanggaran etika yang paling banyak ditemui di era digital, diantara lain kurangnya privasi, berkembangnya nanoteknologi, tergesernya pekerjaan yang dilakukan manusia dengan teknologi, dan sebagainya. Sementara itu etika merupakan aturan tidak tertulis namun penting untuk diperhatikan dan diterapkan demi keberlanjutan sebuah perusahaan. Dengan demikian, penting sekali bagi sebuah perusahaan berbasis digital untuk memahami sejauh mana prinsip etika diimplementasikan. Berikut beberapa pelanggaran etika bisnis dalam mengelola usaha di era digital, di antaranya :

1. Mencuri ide bisnis

Salah satu pelanggaran kelas berat yang dilakukan oleh pesaing bisnis adalah mencuri ide bisnis. Tentunya risiko yang ditanggung akan sangat memberatkan apabila pemegang hak Rahasia Dagang menggugat perbuatan ini. Pelaku pencuri ide bisnis dapat dijerat sanksi pidana sesuai Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia

Dagang, yaitu : Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Rahasia Dagang pihak lain atau melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 atau Pasal 14 dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan atau denda paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Penipuan

Esensi terpenting dalam usaha atau dagang adalah kejujuran dalam transaksi. Dalam banyak kasus transaksi secara online, penjual tidak transparan kepada konsumen. Dalam hal ini penjual tidak jujur terhadap kondisi barang, tidak memberikan hak kepada konsumen sepenuhnya atas produk yang telah dibeli. Hal ini tentu sangat mengecewakan bagi pihak konsumen, dan konsumen dapat melakukan pengembalian barang atau berujung pada complain konsumen yang berpengaruh pada rating toko (jika toko tersebut online).

3. Melakukan Tag Secara Acak

Selain spamming dalam bentuk komentar, seringkali para pelaku bisnis juga melakukan hal seperti men-tag calon konsumen secara acak. Melakukan tag memang membuat orang yang di tag menjadi melihat apa yang dijual. Kemungkinan mereka menjadi merasa terganggu dan yang terjadi sebaliknya, yaitu mereka menghilangkan produk yg ditawarkan dari daftar teman di sosial medianya. Maka sebaiknya pelaku bisnis menggunakan fb ads, instagram ads, atau metode lainnya dibandingkan dengan cara sebelumnya.

4. Menggunakan Foto Produk Orang Lain

Biasanya hal ini seringkali terjadi karena para pelaku bisnis menggunakan foto produk orang lain untuk diposting di sosial medianya. Akibatnya, barang yang sampai kepada pelanggan sudah pasti akan berbeda. Dampak akhir dari perilaku non etik ini adalah kehilangan pelanggan. Perlu diperhatikan bahwa kelangsungan suatu bisnis dipengaruhi oleh banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian lebih dari sekali. Selalu utamakan kejujuran saat berbisnis, khususnya untuk urusan kualitas jika memang ingin bisnis terus bertumbuh.

KESIMPULAN

Di era ini, transformasi digital telah mengubah paradigma bisnis secara signifikan, memicu tantangan baru terkait keberlangsungan, transparansi, dan nilai-nilai yang dianut perusahaan. Salah satu poin utama yang disoroti dalam jurnal tersebut adalah bagaimana nilai-nilai etika yang telah terbukti di era konvensional harus diadaptasi dan diterapkan dalam konteks digital. Hal ini tidak hanya menyangkut peraturan dan kepatuhan, tetapi juga memerlukan pemikiran yang lebih mendalam mengenai tanggung jawab sosial, privasi data, keamanan digital, dan penggunaan teknologi secara adil.

Jurnal ini juga menyoroti bahwa implementasi etika bisnis tidak hanya menjadi tanggung jawab individual perusahaan, tetapi juga membutuhkan dukungan dari kebijakan pemerintah, regulasi yang sesuai, serta kesadaran kolektif dalam masyarakat terkait pentingnya nilai-nilai etis dalam aktivitas bisnis digital. Pentingnya kerjasama antara sektor bisnis, pemerintah, dan masyarakat menjadi fokus utama untuk memastikan lingkungan bisnis digital yang beretika. Dalam konteks ini, jurnal tersebut menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi alat yang memperkuat implementasi etika bisnis jika digunakan dengan bijak. Perusahaan dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan keamanan data. Namun demikian, perlu pemahaman yang mendalam bahwa teknologi juga dapat menjadi sumber penyalahgunaan jika tidak diawasi dengan baik.

Secara keseluruhan, jurnal tersebut menggarisbawahi urgensi penerapan etika bisnis dalam era digitalisasi. Implikasi dari analisis ini adalah bahwa keberhasilan bisnis di era digital tidak hanya diukur dari inovasi teknologi, tetapi juga dari sejauh mana nilai-nilai etika diterapkan dalam setiap aspek operasional dan interaksi perusahaan dengan konsumen, masyarakat, serta lingkungan.

Referensi

Ferrell, L. and Ferrell, O. C. (2017) *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*. Boston, MA: Cengage learning.

- Keraf, S. (2010) *Etika Bisnis : Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kurniawan, D. (2021) 'Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Dalam Era Digital', *Teknokreatipreneur.com*.
- Saban Echdar, M. (2019) *Business Ethics And Entrepreneurship : Etika Bisnis dan Kewirausahaan*. Cetakan Pe. Yogyakarta: Cv. Budi Utama
- Wilson, Stephen. "Certificates And Trust In Electronic Commerce", *Information Management & Computer Security* 5, no. 5 (1997).