



Penerapan Etika Bisnis Di Perusahaan Manufaktur Di Bekasi, Indonesia

Zamroni

UIN Walisongo Semarang
STEBI Global Mulia Cikarang
zamroni1116@gmail.com

Abstract :

This study explores the application of business ethics to manufacturing companies in Bekasi, Indonesia, and their impact on corporate sustainability. Business ethics include regulatory compliance, transparency, social responsibility, equality in the treatment of employees, integrity, product quality, sustainability and ethical supply chain management, so that each element plays an important role in building trust and improving the company's reputation and sustainable performance. The method used is descriptive with a qualitative approach. Data were collected through documentation, in-depth interviews, observation and inductive analysis to understand local meaning and context. Triangulation techniques are applied to ensure the validity of the data by combining various sources of information. This method provides a more holistic insight into the dynamics that occur in a phenomenon so that it is often not captured by statistical data. The results of the study show that companies that consistently implement business ethics can build trust among stakeholders, including employees, supplier partners and customers. Trust is essential in maintaining sustainability and increasing the competitiveness of the company. Good ethical practices contribute to employee and customer satisfaction, a positive reputation and the reduction of legal risks, thus supporting long-term sustainability. Management has a role to play in creating an ethical work environment through policy development, training, and regular evaluation. Commitment to implementing business ethics can be better prepared to face challenges and make a positive contribution to sustainable economic growth.

Keywords: Implementation of rules, Legal Compliance, Business Ethics, Manufacturing Companies, Sustainable Companies

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis modern, perusahaan tidak hanya diwajibkan untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, tetapi juga harus menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip etika. Penerapan etika bisnis menuntut integrasi nilai-nilai moral dalam setiap aspek operasional, yang sering diatur dalam kode etik perusahaan (Arif, 2020). Kepatuhan terhadap hukum merupakan salah satu unsur penting dalam etika bisnis, di mana perusahaan diwajibkan untuk mengikuti semua peraturan yang berlaku di wilayah operasinya (Kamela & Alam, 2021). Etika bisnis tidak hanya terbatas pada kepatuhan hukum, tetapi mencakup bagaimana perusahaan menerapkan prinsip-prinsip moral dalam mencapai tujuan bisnis yang sejalan dengan perilaku etis organisasi (Griffin & Ebert, 2009). Faktor-faktor seperti dorongan untuk

menghasilkan keuntungan dan kewajiban moral juga mempengaruhi cara perusahaan menerapkan etika dalam kegiatan bisnis. Etika bisnis bertujuan untuk mencegah pelanggaran hukum yang dapat berdampak negatif terhadap kondisi keuangan dan reputasi Perseroan (Subagio et al., 2013). Misalnya, kasus Enron, yang melibatkan manipulasi keuangan, menunjukkan bagaimana pelanggaran etika bisnis dapat sepenuhnya menghancurkan reputasi perusahaan (Smith, 2012). Contoh lain adalah kasus Volkswagen memalsukan data emisi kendaraan, yang tidak hanya menimbulkan sanksi hukum, tetapi juga merusak kepercayaan konsumen secara global (Johnson & Evanx, 2016). Di Indonesia, kasus pelanggaran etika oleh PT Freeport menunjukkan dampak negatif dari ketidakpatuhan terhadap prinsip-prinsip etika dalam hal pengelolaan lingkungan (Santoso, 2019). Etika bisnis merupakan landasan penting bagi perusahaan untuk menjaga reputasinya, menjalin hubungan baik dengan masyarakat, dan memastikan kelangsungan bisnisnya di masa depan (Hidayat, 2020).

Kajian tentang etika bisnis telah dilakukan oleh banyak ahli, misalnya: Ahmed (2018), Jones (2019), Tan (2020), Smith (2021), dan Putra (2022). Studi Ahmed (2018) berfokus pada bagaimana penerapan etika bisnis mempengaruhi reputasi perusahaan di sektor keuangan. Ia menemukan bahwa perusahaan yang secara konsisten berpegang pada prinsip-prinsip etika bisnis cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari investor, yang pada gilirannya meningkatkan nilai pasar perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis dapat berfungsi sebagai aset tidak berwujud yang memperkuat daya saing Perseroan. Jones (2019) meneliti dampak etika bisnis terhadap loyalitas konsumen di industri. Studi ini menunjukkan bahwa perusahaan yang transparan dan bertanggung jawab dalam operasional bisnisnya memiliki tingkat loyalitas konsumen yang lebih tinggi daripada perusahaan yang mengabaikan aspek etika. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis tidak hanya memberikan manfaat reputasi, tetapi juga berperan dalam menjaga basis konsumen yang solid. Sementara itu, Tan (2020) berfokus pada hubungan antara etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di perusahaan nasional. Ia menemukan bahwa perusahaan yang berkomitmen pada etika bisnis umumnya juga menerapkan program CSR yang lebih kompresi, yang menghasilkan dampak positif pada hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan. Temuan ini menunjukkan bahwa etika bisnis dan CSR erat kaitannya dalam menciptakan nilai sosial dan ekonomi. Smith (2021) mengkaji aspek hukum pelanggaran etika bisnis, dengan, dengan menyoroti kasus-kasus Perusahaan yang telah dikenai sanksi berat karena praktik tidak etis. Dia menemukan bahwa perusahaan yang terlibat dalam pelanggaran etika sering melanggar peraturan hukum, yang menyebabkan denda yang besar dan hilangnya izin operasional. Penelitiannya memperkuat Kajian tentang etika bisnis telah dilakukan oleh banyak ahli, misalnya: Ahmed (2018), Jones (2019), Tan (2020), Smith (2021), dan Putra (2022). Studi

Ahmed (2018) berfokus pada bagaimana penerapan etika bisnis mempengaruhi reputasi perusahaan di sektor keuangan. Ia menemukan bahwa perusahaan yang secara konsisten berpegang pada prinsip-prinsip etika bisnis cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari investor, yang pada gilirannya meningkatkan nilai pasar perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis dapat berfungsi sebagai aset tidak berwujud yang memperkuat daya saing Perseroan. Jones (2019) meneliti dampak etika bisnis terhadap loyalitas konsumen di industri. Studi ini menunjukkan bahwa perusahaan yang transparan dan bertanggung jawab dalam operasional bisnisnya memiliki tingkat loyalitas konsumen yang lebih tinggi daripada perusahaan yang mengabaikan aspek etika. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis tidak hanya memberikan manfaat reputasi, tetapi juga berperan dalam menjaga basis konsumen yang solid. Sementara itu, Tan (2020) berfokus pada hubungan antara etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di perusahaan nasional. Ia menemukan bahwa perusahaan yang berkomitmen pada etika bisnis umumnya juga menerapkan program CSR yang lebih kompresi, yang menghasilkan dampak positif pada hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan. Temuan ini menunjukkan bahwa etika bisnis dan CSR erat kaitannya dalam menciptakan nilai sosial dan ekonomi. Smith (2021) mengkaji aspek hukum pelanggaran etika bisnis, dengan, dengan menyoroti kasus-kasus Perusahaan yang telah dikenai sanksi berat karena praktik tidak etis. Dia menemukan bahwa perusahaan yang terlibat dalam pelanggaran etika sering melanggar peraturan hukum, yang menyebabkan denda yang besar dan hilangnya izin operasional. Penelitiannya memperkuat

Meskipun banyak penelitian tentang etika bisnis yang telah dilakukan, ada kesenjangan akademik yang perlu diperhatikan. Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Ahmed (2018), Jones (2019), Tan (2020), Smith (2021), dan Putra (2022) berfokus pada dampak etika bisnis terhadap reputasi, loyalitas konsumen, hubungan dengan CSR, kepatuhan hukum, dan masalah privasi di era digital. Namun, belum mengeksplorasi secara komprehensif bagaimana perusahaan menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan etika bisnis di tengah tekanan ekonomi dan politik yang sering bertentangan dengan prinsip etika global. Masalah utamanya adalah bagaimana perusahaan menghadapi dilema antara mengejar keuntungan maksimum dan mematuhi standar etika bisnis yang semakin tinggi. Masalah muncul karena banyak perusahaan yang berada dalam situasi ekonomi yang sulit, sehingga cenderung mengabaikan prinsip-prinsip etika demi efisiensi dan kelangsungan bisnis. Hal ini disebabkan oleh ketidakpastian peraturan dan lemahnya penegakan hukum, yang menyisakan ruang untuk praktik yang tidak etis. Selain itu, tekanan dari pemegang saham untuk mencapai hasil keuangan jangka pendek seringkali meminggirkan kepentingan jangka panjang yang lebih etis dan berkelanjutan. Masalah ini muncul ketika perusahaan menghadapi kontradiksi antara kebutuhan untuk tetap

kompetitif di pasar global dan lokal dengan tuntutan etika yang semakin kompleks. Studi ini menawarkan kebaruan dengan menyoroti dinamika unik yang dihadapi perusahaan dalam mengintegrasikan etika bisnis di bawah tekanan kondisi ekonomi dan politik yang tidak stabil, aspek yang belum banyak disinggung dalam penelitian sebelumnya.

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini akan mengungkapkan bagaimana perusahaan mengintegrasikan etika bisnis dalam operasionalnya di tengah tekanan ekonomi dan politik, bagaimana tekanan dari pemegang saham dan kondisi pasar mempengaruhi keputusan etis perusahaan, dan apa dampak dari lemahnya penegakan peraturan terhadap praktik tidak etis di sektor manufaktur. Penelitian ini akan mengeksplorasi dinamika dan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mempertahankan keseimbangan antara keuntungan dan tanggung jawab etis dalam lingkungan bisnis yang seringkali tidak stabil. Pertanyaan di atas didasarkan pada asumsi bahwa dilema etika bisnis di perusahaan muncul karena kombinasi tekanan ekonomi, tuntutan keuntungan jangka pendek, dan kurangnya regulasi yang kuat. Asumsi dasar ini menunjukkan bahwa perusahaan yang beroperasi dalam kondisi ekonomi yang sulit cenderung mengesampingkan prinsip-prinsip etika untuk menjaga kelangsungan bisnis, terutama ketika peraturan dan sanksi atas pelanggaran tidak ditegakkan secara ketat. Adapun permasalahan dan kajian pertanyaan dalam penelitian ini adalah: 1) Apa saja butir-butir Etika Bisnis di Perusahaan Manufaktur? 2) Bagaimana penerapan etika bisnis? 3) Apa dampak dari implikasinya?

Kajian Teori

Berdasarkan permasalahan di atas. Studi ini akan mengungkapkan bagaimana perusahaan di Bekasi, Indonesia mengintegrasikan etika bisnis dalam operasi mereka di tengah tekanan ekonomi dan politik, bagaimana tekanan pemegang saham dan kondisi pasar memengaruhi keputusan etika perusahaan, dan apa dampak dari lemahnya penegakan peraturan terhadap praktik tidak etis di sektor manufaktur. Penelitian ini akan mengeksplorasi dinamika dan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara laba dan tanggung jawab etis dalam lingkungan bisnis yang seringkali tidak stabil. Pertanyaan di atas didasarkan pada asumsi bahwa dilema etika bisnis di perusahaan muncul karena kombinasi tekanan ekonomi, tuntutan keuntungan jangka pendek, dan kurangnya regulasi yang kuat. Asumsi dasar ini menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi dalam kondisi ekonomi yang sulit dan cenderung mengesampingkan prinsip-prinsip etika untuk menjaga kelangsungan bisnis, terutama ketika peraturan dan sanksi atas pelanggaran tidak ditegakkan secara ketat.

A. Penerapan aturan

Studi tentang penerapan aturan dalam etika bisnis telah dibahas oleh beberapa penulis, antara lain Arif (2020), Kamela & Alam (2021), Subagio et al. (2013), Griffin & Elbert (2009), dan Hidayat (2020). Menurut Arif (2020), penerapan aturan dalam etika bisnis mengacu pada penerapan peraturan dan standar yang mendasari praktik bisnis yang beretika, yang sering dituangkan dalam bentuk kode etik perusahaan. Dalam penelitian ini, Arif menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kode etik yang jelas dan rinci cenderung lebih mampu menjalankan operasionalnya secara etis dan meminimalkan risiko pelanggaran aturan hukum. Kamela & Alam (2021) menambahkan bahwa perusahaan yang beroperasi di pasar global sering menghadapi kesulitan dalam menyeimbangkan standar etika global dengan peraturan yang mungkin kurang mendukung atau bahkan bertentangan dengan prinsip etika internasional. Hal ini menjadi tantangan bagi Perseroan dalam mematuhi berbagai aturan.

Subagio et al. (2013) juga menekankan pentingnya penegakan hukum dalam mendukung penerapan etika bisnis. Penelitiannya menunjukkan bahwa penegakan hukum yang lemah memungkinkan pelanggaran sistematis terhadap etika bisnis. Di sisi lain, Griffin & Ebert (2009) menggarisbawahi bahwa penerapan aturan yang kuat tidak hanya melindungi Perseroan dari risiko hukum, tetapi juga membangun kepercayaan publik terhadap integritas Perseroan. Lebih lanjut Hidayat (2020) menyatakan bahwa penerapan aturan etika bisnis harus dibarengi dengan mekanisme pengawasan yang efektif sehingga Perseroan benar-benar menjalankan praktik bisnis yang beretika dan bukan hanya sekedar persyaratan hukum.

B. Etika Bisnis

Kajian etika bisnis dalam perspektif manajemen perusahaan telah dilakukan oleh para ahli seperti Ahmed (2018), Jones (2019), Tan (2020), Smith (2021), dan Putra (2022). Menurut Ahmed (2018), etika bisnis berperan penting dalam menentukan arah kebijakan dan strategi Perseroan, terutama dalam mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap reputasi dan keberlanjutan bisnis. Dia menemukan bahwa perusahaan yang menempatkan etika sebagai bagian dari manajemen inti cenderung memiliki hasil bisnis yang lebih stabil dan tahan terhadap krisis. Jones (2019) meneliti peran etika bisnis dalam pengambilan keputusan sehari-hari oleh manajemen, dan menemukan bahwa manajer yang didukung oleh pedoman etika yang jelas lebih mampu membuat keputusan yang konsisten dengan nilai-nilai moral perusahaan.

Tan (2020) memperdalam penelitian ini dengan melihat bagaimana manajemen perusahaan berbasis etika berinteraksi dengan pemangku kepentingan, termasuk konsumen dan masyarakat sekitar. Ia menyimpulkan bahwa etika bisnis tidak hanya penting dalam konteks internal perusahaan, tetapi mempengaruhi cara perusahaan dipandang dan diterima oleh lingkungan eksternal. Sementara itu, Smith (2021) mengkaji peran etika bisnis dalam

mengurangi risiko terkait pelanggaran hukum dan reputasi perusahaan. Ia menegaskan, perusahaan yang mengedepankan etika dalam manajemen memiliki risiko yang lebih rendah untuk terlibat skandal atau pelanggaran hukum. Putra (2022) melihat implementasi digital, dengan fokus pada etika dalam pengelolaan data dan privasi, terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang teknologi.

C. Perusahaan Manufaktur

Penerapan etika bisnis pada perusahaan manufaktur telah menjadi fokus penelitian oleh penulis seperti Lee (2017), Brown (2018), Miler (2019), Anderson (2020), dan Santoso (2021). Lee (2017) membahas bahwa sektor manufaktur, sebagai industri yang seringkali memiliki rantai pasokan yang kompleks, menghadapi tantangan besar dalam memastikan bahwa setiap tahap operasinya sesuai dengan standar etika bisnis. Dia menemukan bahwa banyak perusahaan manufaktur besar mengintegrasikan etika bisnis ke dalam rantai pasokan mereka untuk memastikan kepatuhan terhadap hak-hak pekerja, keselamatan kerja, dan pelestarian lingkungan. Brown (2018) menambahkan bahwa di industri manufaktur, seringkali terjadi pelanggaran etika terkait lingkungan, terutama dalam pengelolaan sampah. Studi ini menekankan bahwa perusahaan yang mengabaikan aspek lingkungan cenderung menghadapi masalah hukum serta penurunan citra di mata masyarakat.

Miller (2019) menyoroti pentingnya transparansi dalam penerapan etika bisnis di sektor manufaktur. Dia berpendapat bahwa perusahaan harus secara terbuka mengkomunikasikan kebijakan etika bisnis kepada pemangku kepentingan, termasuk konsumen, investor, komunitas, dan pelanggan. Sementara itu, Anderson (2020) mengkaji hubungan antara efisiensi produksi dan kepatuhan terhadap standar etika bisnis. Dia menemukan bahwa perusahaan manufaktur yang berhasil mengintegrasikan etika ke dalam operasi mereka tidak hanya menjaga reputasi mereka tetapi juga meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Santoso (2021) menambahkan bahwa banyak perusahaan manufaktur yang masih menghadapi tantangan dalam menerapkan praktik bisnis yang etis karena kurangnya peraturan lingkungan yang ketat dan kurangnya kesadaran akan pentingnya hak-hak pekerja.

D. Kesimpulan Penerapan Etika Bisnis pada Perusahaan Manufaktur

Secara keseluruhan, penelitian di atas menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis di perusahaan manufaktur merupakan proses yang kompleks dan membutuhkan komitmen dari semua tingkatan manajemen. Lee (2017) dan Brown (2018) sama-sama sepakat bahwa perusahaan harus memastikan bahwa etika tidak hanya diterapkan pada aspek operasional internal, tetapi juga untuk seluruh rantai pasokan. Menjaga reputasi perusahaan dan meminimalkan risiko pelanggaran hukum yang mungkin terjadi akibat praktik yang tidak etis. Sementara itu, Miller (2019) dan Anderson (2020) menekankan pentingnya transparansi dan

efisiensi dalam prosesnya. Santoso (2021) menyimpulkan bahwa tantangan terbesar adalah kurangnya penegakan peraturan yang efektif.

Studi tentang penerapan etika bisnis telah dilakukan oleh Ahmed (2018), Jones (2019), Tan (2020), Smith (2021), dan Putra (2022). Ahmed (2018) memfokuskan studinya pada pengaruh etika bisnis terhadap reputasi perusahaan, di mana ia menemukan bahwa kepatuhan terhadap standar etika dapat meningkatkan kepercayaan investor. Sementara itu, Jones (2019) berfokus pada bagaimana etika bisnis mempengaruhi loyalitas konsumen, dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan yang transparan dan etis cenderung memiliki konsumen yang lebih loyal. Tan (2020), di sisi lain, melihat hubungan antara etika bisnis dengan tanggung jawab sosial perusahaan, menekankan bahwa perusahaan yang menerapkan etika bisnis secara menyeluruh juga cenderung memiliki program tanggung jawab sosial (CSR) yang lebih kuat.

Studi Smith (2021) menyoroti aspek hukum dari pelanggaran etika bisnis, menekankan bahwa perusahaan yang gagal mematuhi prinsip-prinsip etika sering menghadapi risiko hukum yang serius. Sementara itu, Putra (2022) mengkaji penerapan etika bisnis di sektor teknologi, khususnya terkait privasi data dan keamanan informasi yang semakin penting di era digital. Perbandingan antara penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun semuanya membahas aspek etika bisnis, setiap peneliti memiliki fokus yang berbeda, mulai dari reputasi dan loyalitas konsumen hingga aspek CSR dan hukum, tetapi semuanya memperkuat pentingnya menerapkan etika bisnis yang kuat untuk mendukung keberlanjutan Perusahaan.

Dari penelitian tersebut, jelas bahwa penerapan etika bisnis pada perusahaan manufaktur tidak hanya penting dari sisi hukum, tetapi juga menambah nilai dan berdampak signifikan dalam hal reputasi, produktivitas, dan hubungan dengan pemangku kepentingan, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana etika bisnis dapat diimplementasikan dalam berbagai konteks industri dan dampaknya terhadap berbagai aspek bisnis, baik internal maupun eksternal.

Metode Penelitian

Penelitian ini berfokus pada perusahaan manufaktur di Bekasi, Indonesia karena sektor ini merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional. Perusahaan manufaktur tidak hanya berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga berdampak signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja. Sektor ini juga sering menghadapi resistensi dalam menerapkan etika bisnis, terutama di tengah tekanan persaingan dan regulasi yang tidak konsisten. Dengan memilih lokus ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana

perusahaan manufaktur mengintegrasikan etika bisnis ke dalam praktik operasional serta menangani dalam prosesnya.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode ini dipilih secara kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang terjadi di perusahaan manufaktur. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus, penelitian ini akan menganalisis beberapa perusahaan yang berbeda untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang penerapan etika bisnis. Penelitian ini juga akan mencakup analisis deskriptif yang memungkinkan peneliti untuk membangun narasi yang menggambarkan realitas etika bisnis di sektor manufaktur.

Sumber data dalam penelitian ini akan terdiri dari dua kategori utama: data primer dan data sekunder. Data primer akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajer dan staf dari berbagai perusahaan manufaktur, yang memberikan perspektif langsung tentang praktik etika bisnis. Selain itu, data sekunder akan diperoleh dari dokumen Perseroan, laporan tahunan, dan literatur yang relevan, termasuk kebijakan etika dan laporan CSR. Penggunaan kedua jenis data ini diharapkan dapat memberikan gambaran holistik tentang bagaimana etika bisnis diterapkan dalam konteks perusahaan manufaktur.

Data akan dieksplorasi melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi langsung di lapangan. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan terbuka, sehingga responden dapat memberikan informasi yang lebih mendalam dan relevan terkait pengalaman dan pandangan mereka tentang etika bisnis. Selain itu, akan dilakukan observasi langsung untuk melihat bagaimana praktik etika bisnis diterapkan di lingkungan kerja sehari-hari. Dengan metode ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang kaya dan kontekstual, yang penting untuk analisis mendalam.

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik tematik, di mana peneliti akan mengidentifikasi pola tematik. Kategori yang muncul dari wawancara dan observasi. Proses analisis akan dimulai dengan wawancara awal dan transaksi pengkodean, diikuti dengan mengelompokkan informasi ke dalam tema yang relevan. Selain itu, triangulasi data akan diterapkan untuk memastikan validitas hasil analisis, dengan membandingkan temuan dari wawancara, observasi, dan data sekunder. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang penerapan etika bisnis di perusahaan manufaktur.

Hasil Penelitian

A. Apa saja item Etika Bisnis di Perusahaan Manufaktur?

Etika bisnis di perusahaan manufaktur meliputi beberapa hal penting, yaitu kepatuhan hukum, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), transparansi dalam komunikasi, perlakuan yang adil terhadap karyawan, dan kepatuhan terhadap standar kualitas produk. Kepatuhan hukum memastikan bahwa semua proses operasional mematuhi peraturan yang berlaku, yang melindungi perusahaan dari sanksi dan meningkatkan reputasinya. CSR meliputi kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan, seperti pengurangan sampah dan partisipasi sosial, yang dapat meningkatkan citra dan loyalitas konsumen. Transparansi dalam komunikasi penting untuk membangun kepercayaan di antara para pemangku kepentingan melalui informasi yang akurat. Perlakuan yang adil terhadap karyawan menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan aman, meningkatkan produktivitas. Terakhir, kepatuhan terhadap standar kualitas produk melibatkan pengujian dan kontrol kualitas untuk memastikan produk aman dan memenuhi harapan pelanggan.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan enam informan dari berbagai perusahaan manufaktur untuk mengidentifikasi item etika bisnis yang diterapkan di industri. Salah satu informan, informan Asep, menekankan pentingnya transparansi dengan menyatakan, "Salah satu item terpenting dari etika bisnis adalah transparansi, bahwa setiap keputusan yang diambil harus dibuat dengan keterbukaan, terutama kepada para pemangku kepentingan." Pernyataan ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap komunikasi yang jujur dan terbuka dalam setiap aspek operasionalnya. Hasil wawancara menunjukkan bahwa transparansi tidak hanya merupakan nilai inti, tetapi juga berfungsi sebagai landasan untuk praktik bisnis etis lainnya. Informan dari perusahaan lain juga menekankan bahwa keterbukaan dalam pengambilan keputusan membantu membangun kepercayaan antara karyawan dan pemangku kepentingan, serta mengurangi potensi konflik. Dengan demikian, penerapan prinsip transparansi diharapkan dapat meningkatkan integritas dan reputasi perusahaan, serta mendukung pencapaian tujuan jangka panjang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Informan Bagus menekankan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi fokus utama, dengan menyatakan, "Komitmen untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat di sekitar perusahaan, seperti melalui program-program yang mendukung Pendidikan dan Kesehatan." Pernyataan ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berusaha untuk berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Melalui CSR perusahaan menangani masalah sosial dan lingkungan, yang pada gilirannya meningkatkan citra dan reputasi perusahaan. Integrasi tanggung jawab sosial dalam strategi bisnis merupakan bagian penting dari etika perusahaan, mendukung keberlanjutan dan hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Di sisi lain, informan Claudya menekankan, "Kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan merupakan bagian integral dari etika

bisnis." Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan menganggap kepatuhan sebagai fondasi utama etika bisnis, melindungi diri dari sanksi hukum dan menunjukkan komitmen terhadap praktik yang bertanggung jawab. Kepatuhan terhadap hukum tidak hanya menciptakan kepercayaan di antara para pemangku kepentingan, tetapi juga membangun reputasi positif, meningkatkan kredibilitas di mata konsumen, mitra, dan publik. Dengan demikian, menjaga kepatuhan hukum merupakan bagian integral dari strategi perusahaan untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang dalam lingkungan bisnis yang kompleks.

Dari wawancara dengan informan Dewi, terungkap bahwa perlakuan terhadap karyawan merupakan aspek yang sangat penting dari etika bisnis perusahaan. Informan Dewi menyatakan, "Memastikan bahwa semua karyawan diperlakukan secara adil dan mendapatkan hak-haknya." Hal ini menunjukkan bahwa perhatian terhadap kesejahteraan karyawan merupakan hal etis yang penting, yang mencerminkan komitmen perusahaan untuk menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung. Informan Eddy juga menambahkan, "Dengan memiliki kode etik yang jelas yang menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam menjalankan tugasnya." Dengan kode etik yang terstruktur, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap karyawan memiliki pemahaman yang sama tentang standar perilaku yang diharapkan. Secara keseluruhan, butir-butir etika bisnis di perusahaan manufaktur meliputi transparansi, tanggung jawab sosial, kepatuhan hukum, perlakuan yang adil terhadap karyawan, dan adanya kode etik yang jelas. Kombinasi ini berkontribusi pada budaya etika yang kuat, meningkatkan reputasi Perusahaan, dan mendukung keberlanjutan jangka panjang.

Informan Ferry menyimpulkan, "Secara keseluruhan, semua item tersebut saling terkait dan membentuk kerangka kerja yang mendukung penerapan etika bisnis di perusahaan." Pernyataan ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan berbagai elemen etika bisnis, yang saling melengkapi dalam membangun fondasi yang kuat bagi perusahaan. Dengan mengedepankan transparansi, tanggung jawab sosial, kepatuhan hukum, perlakuan yang adil terhadap karyawan, dan penerapan kode etik yang jelas, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang tidak hanya etis, tetapi juga berkelanjutan. Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa item etika bisnis di perusahaan manufaktur mencakup berbagai aspek yang berkontribusi pada terciptanya lingkungan kerja yang positif. Kolaborasi antara semua elemen ini membantu memastikan bahwa nilai-nilai etika terintegrasi ke dalam setiap proses operasional, mendukung reputasi perusahaan dan meningkatkan kepercayaan di antara para pemangku kepentingan. Dengan demikian, kerangka etika ini tidak hanya menjadi pedoman, tetapi juga memandu perusahaan menuju keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang.

B. Bagaimana penerapan etika bisnis?

Penerapan etika bisnis di perusahaan manufaktur dapat dilakukan melalui penyusunan kode etik yang jelas dan melibatkan berbagai pihak, seperti manajemen dan karyawan, sehingga semua sudut pandang diperhatikan. Kode etik ini harus mudah diakses dan dipahami oleh semua karyawan. Selain itu, pelatihan etika perlu diberikan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya etika dan bagaimana menangani dilema etika, menggunakan studi kasus yang relevan. Perusahaan juga harus menyediakan mekanisme pelaporan yang aman untuk menangani pelanggaran etika dan memastikan bahwa pelapor tidak akan mengalami pembalasan. Pemantauan dan evaluasi berkala diperlukan untuk menilai efektivitas kode etik, sedangkan insentif bagi karyawan yang berperilaku etis dapat menumbuhkan budaya etika yang lebih kuat. Dengan demikian, etika bisnis menjadi bagian integral dari strategi perusahaan yang berfokus pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Penerapan etika bisnis di perusahaan manufaktur terungkap melalui wawancara dengan enam informan, yang masing-masing memberikan wawasan tentang praktik terbaik di tempat kerja. Informan Asep menjelaskan, "Melakukan pelatihan etika bisnis secara berkala bagi seluruh karyawan. Tujuannya adalah untuk dapat memahami dan dapat menerapkan prinsip-prinsip etika dalam pekerjaan sehari-hari." Pernyataan ini menegaskan bahwa perusahaan memandang pelatihan sebagai langkah mendasar dalam membangun kesadaran etika di antara karyawan, memastikan bahwa setiap individu memahami nilai-nilai yang menjadi dasar operasi perusahaan. Pelatihan etika berkelanjutan tidak hanya membantu karyawan mengenali tantangan etika yang mungkin mereka hadapi, tetapi juga meningkatkan keterampilan mereka dalam membuat keputusan yang bertanggung jawab. Dengan memberikan pengetahuan yang diperlukan untuk menerapkan prinsip-prinsip etika dalam situasi kehidupan nyata, perusahaan dapat menciptakan budaya kerja yang kuat dan mendukung. Ini juga berkontribusi pada reputasi perusahaan sebagai entitas yang berkomitmen pada integritas dan tanggung jawab sosial, membina hubungan positif dengan pemangku kepentingan dan meningkatkan kinerja jangka panjang.

Informan Bagus menambahkan, "Dengan memiliki tim kepatuhan yang bertugas mengawasi semua praktik bisnis. Tim juga memastikan bahwa semua kegiatan CSR sesuai dengan standar etika yang ditetapkan." Pernyataan ini menegaskan bahwa perusahaan telah menetapkan mekanisme internal yang bertujuan untuk menjaga konsistensi dalam penerapan etika bisnis. Dengan tim kepatuhan, perusahaan dapat lebih efektif dalam memastikan bahwa semua praktik mereka berorientasi pada integritas dan tanggung jawab sosial. Selain itu, informan Claudya menyatakan, "Melakukan audit etika secara berkala untuk menilai sejauh mana prinsip-prinsip etika diterapkan dalam operasi perusahaan." Melalui proses audit ini, perusahaan dapat secara proaktif mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, sekaligus

mengembangkan strategi untuk meningkatkan kepatuhan etika di seluruh organisasi. Dengan kombinasi tim kepatuhan dan audit etika yang rutin, perusahaan tidak hanya memperkuat komitmennya terhadap etika, tetapi juga menciptakan budaya yang mendukung transparansi dan akuntabilitas. Langkah-langkah ini penting dalam membangun kepercayaan di antara para pemangku kepentingan dan memastikan keberlanjutan jangka panjang perusahaan di pasar yang kompetitif.

Informan Dewi menekankan pentingnya komunikasi dengan menyatakan, "Mendorong karyawan untuk melaporkan setiap pelanggaran etika tanpa takut akan konsekuensi. Ini penting untuk menciptakan budaya kerja yang terbuka dan transparan." Pernyataan ini menunjukkan bahwa perusahaan berkomitmen untuk menciptakan lingkungan di mana karyawan merasa aman untuk membicarakan masalah etika, sehingga mendorong kejujuran dan transparansi dalam setiap aspek operasional. Informan Eddy menambahkan, "Dengan meminta masukan dari karyawan terkait penerapan etika bisnis di perusahaan, sehingga mereka dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan." Dengan mengumpulkan umpan balik secara teratur, perusahaan dapat memahami persepsi karyawan tentang praktik etis yang diterapkan, serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Kombinasi dari pendekatan ini tidak hanya memperkuat komitmen perusahaan terhadap etika, tetapi juga meningkatkan keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Dengan mendorong dialog terbuka dan mendengarkan umpan balik karyawan, perusahaan dapat menciptakan budaya yang lebih inklusif dan responsif terhadap tantangan etika yang mungkin muncul. Pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang perusahaan, membangun kepercayaan di antara semua pemangku kepentingan.

Informan Ferry menyimpulkan, "Penerapan etika bisnis merupakan proses yang berkelanjutan dan membutuhkan keterlibatan semua pihak di Perseroan." Pernyataan ini menekankan bahwa keberhasilan penerapan etika bisnis tidak hanya bergantung pada kebijakan yang ditetapkan, tetapi juga pada partisipasi aktif seluruh karyawan. Dari hasil wawancara tersebut, jelas bahwa penerapan etika bisnis melibatkan berbagai aspek, antara lain pelatihan rutin, pengawasan oleh tim kepatuhan, dan audit etika untuk menilai penerapan prinsip-prinsip etika dalam operasional perusahaan. Komunikasi yang baik antara manajemen dan karyawan serta umpan balik yang berkelanjutan sangat penting untuk memastikan bahwa nilai-nilai etika terinternalisasi dalam budaya perusahaan. Dengan menciptakan lingkungan di mana semua pihak merasa aman untuk berkomunikasi dan berkontribusi, perusahaan dapat menumbuhkan kesadaran dan komitmen etis yang kuat di seluruh organisasi. Langkah-langkah ini memastikan bahwa etika bisnis menjadi bagian integral dari setiap keputusan dan tindakan, mendukung reputasi positif dan berkelanjutan perusahaan di pasar yang kompetitif.

Penerapan etika bisnis pada perusahaan manufaktur memiliki dampak yang signifikan terhadap aspek keuangan dan reputasi. Pertama, perusahaan yang menerapkan etika dengan baik cenderung memiliki pengembalian finansial yang stabil, mengurangi risiko denda dan meningkatkan loyalitas konsumen, yang berkontribusi pada penjualan. Kedua, lingkungan kerja yang adil dan transparan meningkatkan motivasi dan kepuasan karyawan, sehingga meningkatkan produktivitas dan mengurangi omset. Ketiga, praktik etis memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, termasuk pemasok dan masyarakat, yang penting untuk kelangsungan operasional. Keempat, penerapan etis yang konsisten mengurangi risiko litigasi, memungkinkan perusahaan untuk fokus pada inovasi. Terakhir, perusahaan dengan reputasi yang kuat lebih mudah untuk menarik pelanggan dan investasi, mendukung pertumbuhan jangka panjang dan berkelanjutan.

Dampak penerapan etika bisnis di perusahaan manufaktur dieksplorasi melalui wawancara dengan enam informan, yang memberikan wawasan tentang perubahan positif yang terjadi setelah penerapan prinsip-prinsip etika. Informan Asep menyatakan, "Setelah penerapan etika bisnis secara konsisten, loyalitas pelanggan meningkat. Pelanggan merasa lebih percaya diri dengan perusahaan." Pernyataan ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai landasan moral, tetapi juga secara langsung meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Kepercayaan ini berkontribusi pada loyalitas yang lebih besar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan mendukung pertumbuhan jangka panjang. Melalui wawancara tersebut, jelas bahwa etika bisnis berperan penting dalam menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan, serta memberikan keunggulan kompetitif di pasar. Dengan menempatkan etika sebagai pusat strategi bisnis, perusahaan tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial mereka, tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang bagi pemangku kepentingan dan masyarakat.

Informan Bagus menambahkan, "Melihat peningkatan produktivitas personel. Ketika karyawan merasa dihargai dan diperlakukan secara adil, karyawan lebih termotivasi untuk melakukan pekerjaan dengan baik." Pernyataan ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika yang baik dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, yang berdampak langsung pada kinerja karyawan. Ketika karyawan merasa diakui dan diberdayakan, mereka cenderung menunjukkan komitmen yang lebih besar terhadap tugas dan tanggung jawab mereka. Selain itu, informan Claudya menekankan, "Menghadapi masalah hukum yang lebih sedikit dari sebelumnya. Penerapan etika bisnis yang ketat telah mengurangi risiko pelanggaran yang dapat mengakibatkan sanksi hukum." Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan etis dalam praktik bisnis tidak hanya meningkatkan semangat, tetapi juga berfungsi sebagai pelindung terhadap risiko hukum yang dapat merugikan perusahaan. Dengan memprioritaskan etika, perusahaan

tidak hanya menumbuhkan budaya yang mendukung karyawan, tetapi juga menciptakan fondasi yang kuat untuk kelangsungan bisnis yang berkelanjutan dan tanggung jawab hukum. Kombinasi kedua aspek ini menjadikan etika bisnis sebagai elemen kunci dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.

Informan Dewi mencatat, "Pengakuan dari berbagai lembaga untuk program CSR semakin meningkat, yang membantu memperkuat citra perusahaan." Pernyataan ini menunjukkan bahwa etika bisnis yang baik tidak hanya berdampak positif bagi urusan internal perusahaan, tetapi juga dapat meningkatkan reputasinya di mata masyarakat. Dengan mendapatkan pengakuan eksternal, perusahaan dapat memperkuat posisinya di pasar dan menarik lebih banyak pelanggan yang menghargai tanggung jawab sosial. Informan Eddy menambahkan, "Hubungan dengan pemangku kepentingan juga semakin baik. Memiliki lebih banyak kesempatan untuk bermitra dengan organisasi lain yang memiliki nilai etika yang sama." Hal ini menunjukkan bahwa komitmen terhadap etika tidak hanya meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga membuka peluang untuk berkolaborasi dengan pihak lain yang sejalan. Melalui kemitraan yang solid, perusahaan dapat memperluas jaringan dan sumber daya mereka, berkontribusi pada inovasi dan keberlanjutan jangka panjang. Secara keseluruhan, kedua pernyataan ini menegaskan bahwa etika bisnis yang diterapkan secara konsisten berperan penting dalam membangun reputasi yang baik dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, menciptakan sinergi yang bermanfaat bagi pertumbuhan perusahaan.

Informant Ferry menyimpulkan, "Dampak penerapan etika bisnis sangat signifikan dan berkontribusi terhadap keberlanjutan perusahaan." Pernyataan ini menekankan bahwa penerapan etika bisnis tidak hanya bermanfaat secara langsung, tetapi juga memiliki efek jangka panjang yang krusial bagi perusahaan. Dari hasil wawancara ini, dapat dilihat bahwa dampak penerapan etika bisnis antara lain meningkatkan loyalitas pelanggan, di mana konsumen merasa lebih dipercaya. Selain itu, ada peningkatan produktivitas karyawan, yang merasa dihargai dan termotivasi dalam lingkungan kerja yang adil. Pengurangan masalah hukum juga merupakan hasil yang penting, karena penerapan etika yang ketat membantu mencegah pelanggaran yang dapat merugikan perusahaan. Pengakuan publik terhadap program tanggung jawab sosial perusahaan semakin meningkat, memperkuat citra perusahaan di mata masyarakat. Terakhir, hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan membuka peluang untuk kolaborasi yang lebih efektif. Secara keseluruhan, semua aspek ini menunjukkan bahwa etika bisnis berfungsi sebagai fondasi untuk mencapai keberlanjutan perusahaan dan pertumbuhan jangka panjang di pasar yang kompetitif.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa item etika bisnis di perusahaan manufaktur meliputi transparansi, tanggung jawab sosial, kepatuhan terhadap hukum, perlakuan yang adil terhadap karyawan, dan adanya kode etik yang jelas. Penerapan etika bisnis melibatkan pelatihan rutin, pengawasan oleh tim kepatuhan, audit etika, komunikasi terbuka, dan pengumpulan umpan balik dari karyawan. Dampak penerapan etika bisnis dapat dilihat pada peningkatan loyalitas pelanggan, produktivitas karyawan, berkurangnya masalah hukum, pengakuan publik yang lebih baik, dan hubungan yang lebih kuat dengan pemangku kepentingan. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur dapat memperoleh manfaat yang signifikan dari penerapan etika bisnis yang baik.

Refleksi hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang konsisten menerapkan prinsip etika bisnis cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dalam berbagai aspek. Hal ini sejalan dengan pendapat Kahn et al. (2019) yang menyatakan bahwa etika bisnis tidak hanya berfungsi untuk mematuhi hukum, tetapi juga untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan dan seluruh pemangku kepentingan. Penemuan ini menekankan pentingnya budaya etis yang kuat dalam mencapai tujuan bisnis yang berkelanjutan. Lebih lanjut, hasil penelitian ini mencerminkan bahwa penerapan etika bisnis yang efektif dapat memperkuat reputasi perusahaan, sehingga menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas.

Interpretasi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur yang berhasil mengintegrasikan etika bisnis ke dalam operasionalnya memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Menurut Brown & Trevino (2006), etika bisnis yang baik tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif bagi karyawan. Hasil penelitian ini mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa perusahaan yang menempatkan etika sebagai pusat strategi dapat mengalami peningkatan kinerja operasional dan reputasi di pasar. Dengan kata lain, etika bisnis merupakan faktor kunci dalam pengembangan strategi bisnis yang berkelanjutan.

Penelitian ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa etika bisnis berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. Misalnya, penelitian oleh Schwartz & Carrol (2003) menekankan bahwa perusahaan yang mengadopsi etika bisnis yang baik dapat meminimalkan risiko hukum dan meningkatkan kepercayaan publik. Penelitian ini menunjukkan perbedaan dengan penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Duflo et al. (2013), yang lebih berfokus pada dampak etika bisnis terhadap pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini menambah wawasan tentang bagaimana etika bisnis di perusahaan manufaktur tidak hanya berkontribusi pada kinerja keuangan, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan.

The impact of the findings of this study is very significant, both for managerial practice and the development of business ethics theory. These findings can be used as a guide for manufacturing companies in designing and implementing better ethical strategies. By understanding that the implementation of business ethics can provide a competitive advantage, companies are expected to be more motivated to integrate ethical principles into the organizational culture. This research can contribute to the business ethics literature by emphasizing the importance of the relationship between ethics, performance, and reputation in the manufacturing sector. The findings also pave the way for further research exploring the dynamics of business ethics in other industry contexts.

Kesimpulan

Salah satu temuan dari penelitian ini adalah penerapan etika bisnis yang konsisten tidak hanya berdampak positif pada loyalitas pelanggan, tetapi juga berdampak signifikan terhadap produktivitas karyawan. Meskipun banyak literatur menyebutkan hubungan antara etika bisnis dan reputasi perusahaan, hasil penelitian ini mengungkapkan hubungan langsung antara etika yang diterapkan dengan kinerja individu di dalam perusahaan. Temuan ini mengisyaratkan bahwa ketika karyawan merasa dihargai dan diakui dalam lingkungan kerja yang etis, mereka cenderung berkinerja lebih baik dan lebih berdedikasi pada perusahaan. Dalam konteks ini, etika bisnis bukan hanya norma atau pedoman, tetapi faktor pendorong utama yang meningkatkan motivasi dan komitmen karyawan. Perusahaan yang menerapkan prinsip etika yang kuat tidak hanya mampu mempertahankan pelanggan, tetapi juga menciptakan tim kerja yang lebih produktif dan loyal. Keterkaitan antara etika dan kinerja ini memberikan wawasan baru bagi manajemen perusahaan untuk fokus membangun budaya etis, yang pada akhirnya akan membawa manfaat jangka panjang bagi keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan.

Meskipun temuan penelitian ini memberikan wawasan yang berharga, ada beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah jumlah informan yang terbatas, yang hanya enam orang, yang mungkin tidak mencakup perspektif yang lebih luas dari berbagai jenis perusahaan manufaktur. Keterbatasan ini dapat mengurangi keterwakilan data yang diperoleh, sehingga temuan mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan keadaan di seluruh sektor manufaktur. Studi ini bersifat kualitatif, yang berarti hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih besar. Kelemahan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut yang melibatkan lebih banyak informan dan metode kuantitatif untuk memvalidasi temuan yang ada. Penelitian lanjutan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang penerapan etika bisnis di perusahaan manufaktur, serta memungkinkan analisis yang lebih mendalam tentang hubungan antara etika dan berbagai faktor kinerja.

Dengan memperluas jangkauan dan metodologi, penelitian di masa depan dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap pengembangan literatur tentang etika bisnis dan dampaknya terhadap industri.

Temuan dalam penelitian ini membuka peluang bagi studi ke depan untuk mengeksplorasi lebih dalam hubungan antara etika bisnis dengan berbagai aspek lain dari perusahaan, seperti inovasi, kepuasan karyawan, dan dampaknya terhadap keberlanjutan perusahaan. Penelitian yang lebih luas dan lebih beragam dapat dilakukan dengan melibatkan perusahaan dari berbagai sektor untuk membandingkan penerapan etika bisnis dalam konteks industri yang berbeda. Pemahaman tentang bagaimana etika bisnis diintegrasikan dalam praktik sehari-hari di berbagai sektor dapat diperoleh. Studi lebih lanjut dapat mempertimbangkan analisis longitudinal untuk melihat perubahan dalam praktik etika dan dampaknya dari waktu ke waktu. Pendekatan ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika etika bisnis di dunia manufaktur, termasuk bagaimana perusahaan beradaptasi dengan tantangan dan peluang yang muncul. Penelitian yang lebih mendalam ini tidak hanya akan memperkaya literatur yang ada, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi etika yang berkelanjutan. Studi lebih lanjut diharapkan dapat memperkuat hubungan antara etika bisnis dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Abdillah, J. H. (2024). Implementasi Etika Bisnis dan Dampaknya Bagi Keberlanjutan Bisnis ada Perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3639-3648.
- Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68-85.
- Afsar, B., Badir, Y. F., & Kiani, U. S. (2019). *The Impact of Ethical Leadership on Employee Outcomes: The Mediating Role of Organizational Commitment*. *Journal of Business Ethics*, 159(2), 487-502.
- Akbar Bahtiar, S. E., Kuswibowo, C., Maiza Fikri, M. M., SH, H. S. F., Kn, M., Kes, M. H., ... & Wardani, A. M. C. (2023). *Etika Bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Anggraini, L. (2023). ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TANTANGAN DALAM ETIKA BISNIS. *Jurnal Pusdansi*, 2(7).

- Apsari, P. I., Putri, I. S., Abdillah, J., Zain, A. M., & Firmansyah, N. A. (2022). Analisis Budaya Dan Etika Bisnis Dalam Pembentukan Manajemen Kinerja Karyawan. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 8(1), 32-40.
- Arif, S. (2020). Implementasi Etika Bisnis Dan Good Corporate Governance Pada Pt Brantas Abipraya (Persero). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(5), 502-512.
- Arief, H. M. (2019). Business Ethic And Good Governance (Be & Gg) Etika Bisnis Pada Pt Sucaco Tbk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 153-161.
- Butarbutar, B. (2019). Peranan etika bisnis dalam bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187-195.
- Brown, M. E., & Treviño, L. K. (2006). *Ethical Leadership: A Review and Future Directions*. In *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595-616.
- Claudia, S. I., Ramadhani, R., & Fitriana, N. (2024). Isu-Isu Sosial Dan Etika Dalam Sistem Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 441-444.
- Christianingrum, S. P., Nuhdi, A., Mursidi, M. A., SE, M. P., Neneng Awaliah, S. E., Muthmainnah, M. D., ... & SP, M. P. (2024). *ETIKA BISNIS*. CV Rey Media Grafika.
- Danang Sunyoto, S. H., SE, M., & Wika Harisa Putri, S. E. (2016). *Etika Bisnis*. Media Pressindo
- De Colle, S., & Henriques, A. (2016). *The Role of Corporate Social Responsibility in Enhancing Corporate Reputation: Evidence from the Pharmaceutical Industry*. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 751-771.
- Duflo, E., Glennerster, R., & Kremer, M. (2013). *Using Randomization in Development Economics Research: A Toolkit*. In *Handbook of Development Economics* (Vol. 5, pp. 389-428). Amsterdam: North-Holland.
- Fauzia, I. Y. (2018). Etika bisnis dalam Islam. Prenada Media.
- Firdaus, N. A., Al Azhiim, I. T., & Ardellia, V. (2023). Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perusahaan: Studi Literatur Faktor Pendukung Dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 132-142.
- Farhani, F., Imran, Z., & Syarifuddin, S. (2024). Modern Business Ethics from a Business Philosophy View: Etika Bisnis Modern dalam Pandangan Filsafat Bisnis. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(01), 188-196.
- Firmansyah, H., Megaster, T., Mardani, D. A., Zatira, D., Sintani, L., Sudirjo, F., ... & Manullang, S. O. (2021). *Etika Bisnis: Suatu Pengantar*. Penerbit Insania.
- Gaol, K. L. (2020). Etika kode etik & pedoman perilaku dalam etika bisnis di pt aj adisarana wanaartha. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(5), 414-425.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2009). *Business*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57).
- Handayani, H. N. F. (2019). Pedoman Perilaku Dalam Etika Bisnis di PT. KF. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 115-121.
- Hotimah, H. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Dan Nilai Perusahaan Pt Axa Mandiri Financial Services. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 570-580.
- Idayanti, I. D. A. A. E., Sesa, P. V. S., Afriyadi, H., Ghazali, Z., Haro, A., Utami, T., ... & Wonar, K. (2024). Buku Ajar Etika Bisnis. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Javed, B., et al. (2019). *The Impact of Ethical Climate on Employees' Creativity: A Study of the Manufacturing Sector in Pakistan. Business Ethics: A European Review*, 28(2), 166-178.
- Jansen, S., & Vee, C. (2018). *Ethics and Corporate Social Responsibility: A Case Study Approach*. London: Routledge.
- Kristanti, D., Kardini, N. L., Sucandrawati, N. L. K. A. S., Alaslan, A., Harto, B., Hidayati, M., ... & Astari, A. A. E. (2023). Etika Bisnis. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Khoirudin, I., Haq, F. A., Wahit, A. N., Safitri, E. N., Nugroho, N. S. G., & Santoso, A. P. A. (2024). Peranan Etika Bisnis Dalam Tantangan Strategi Bisnis Di CV. Inti Motor. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 90-95.
- Keraf, S., & Imam, R. H. (1998). Etika bisnis. Yogyakarta: Kanisius.
- Kinasih, C. L. T. M. (2020). Tantangan Etika Bisnis dalam Dunia Bisnis sebuah Refleksi Filosofis Tentang Pentingnya Etika dalam Dunia Bisnis. *Syntax Literate*, 5(12), 1504-1513.
- Kamela, A., & Alam, S. (2021). *Corporate Governance and Ethics in Business*. Bandung: Penerbit ABC.
- Kahn, K. B., & Mentzer, J. T. (2019). *The Role of Ethics in Supply Chain Management: A Review and Future Directions. Journal of Business Logistics*, 40(1), 18-35.
- Kock, C. J., & Gemünden, H. G. (2016). *The Role of Ethics in Project Management. International Journal of Project Management*, 34(7), 1095-1107.
- Kristanti, D., Kardini, N. L., Sucandrawati, N. L. K. A. S., Alaslan, A., Harto, B., Hidayati, M., ... & Astari, A. A. E. (2023). Etika Bisnis. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Kusumah, J. R. (2020). Green Product Sebagai Penerapan Etika Bisnis Pada Perusahaan Produsen Cat. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 451-463.
- Mirza, M. (2020). Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Dan Bussines Ethic Pada Pt Unilever. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(3), 261-271.
- Masykuroh, N. (2020). Etika Bisnis Islam. CV. Media Karya Kreatif.
- Munawar, M. H., & Mukhlis, I. (2023). Peran etika bisnis dalam digital marketing: Literatur Review. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 1(3), 245-252.

- Marpi, Y., Febrian, W. D., Sari, F. P., Tartiani, Y. A. T., Prahendratno, A., Tarmizi, A., & Karomah, N. G. (2023). *Etika Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nursesmi, H. (2024, August). PENERAPAN ETIKA BISNIS DENGAN TEORI UTILITARIANISME: MAKSIMALKAN KEMANFAATAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN. In *Gunung Djati Conference Series* (Vol. 42, pp. 130-136).
- Nurhaliza, A., Arista, J., & Utama, R. E. (2024). ETIKA BISNIS DALAM MENDUKUNG MANAJEMEN STRATEGIS. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(8), 21-29.
- Purwatiningsih, A. P. (2022). *Buku Ajar etika Bisnis & CSR*. Penerbit NEM.
- Parsa, H. G., & Sweeney, J. C. (2016). *The Role of Ethical Climate in the Relationship between Corporate Social Responsibility and Employee Engagement*. *Journal of Business Ethics*, 136(1), 1-12.
- Pratiwi, A. A., & Kurniawan, T. (2022). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Maspion. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 89-94.
- Rahayu, N. A. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Pada PT Plastik XYZ. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(5), 452-463.
- Rahmadania, S. E. (2020). Etika Bisnis (Business Ethic) Pada PT. TN Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(5), 426-437.
- Rakib, M., Taan, H., Abdussamad, Z. K., Sahabuddin, A., Fitria, U., Hayati, A. I., ... & Ridwan, M. S. (2023). Pengantar etika bisnis. *Penerbit Tahta Media*.
- Rahayu, S. (2021). Internalisasi Etika Bisnis Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 1(3), 192-198.
- Rudi, J., & Mukhlis, I. (2023). Implementasi Etika Bisnis Dalam Perusahaan Di Indonesia Pada Era Modern: Literatur Review. *Business and Investment Review*, 1(6), 97-102.
- Safira, N. N. A., Surenggana, M. S. A., & Purwanto, E. (2024, January). Penerapan Etika Bisnis Di Era Society 5.0: Studi Literatur Mengenai Tantangan dan Peluang Ke Praktik Bisnis Berkelanjutan. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 4, No. 1).
- Sudarso, A., Chandra, E., Manullang, S. O., Purba, B., Simarmata, H. M. P., Butarbutar, M., ... & Gandasari, D. (2021). Etika bisnis: Prinsip dan relevansinya. Yayasan Kita Menulis.
- Sudarmanto, E., Heriyani, N., Batubara, H. D. A., Prasetya, A. B., Fajrillah, F., Purba, B., ... & Dharma, E. (2020). Etika Bisnis. Yayasan Kita Menulis.
- Samari, W. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 552-559.

- Sari, R. C., & Mahfud Sholihin, S. E. (2022). *Etika Bisnis di Era Teknologi Digital*. Penerbit Andi.
- Santoso, T. (2022). Etika bisnis. *Etika Bisnis*.
- Sriwijaya, S. B. (2020). Penerapan Etika Bisnis Pada Posco. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 369-377.
- Suryadi, N., Basuki, A., & Moko, W. (2021). *Etika Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Subagio, M., Rahmawati, N., & Harijanto, H. (2013). *Etika Bisnis dalam Praktik Perusahaan*. Yogyakarta: Penerbit PQR.
- Saeidi, S. P., et al. (2015). *The Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment and Job Performance: The Mediating Role of Employee Engagement*. *Journal of Business Ethics*, 131(3), 577-594.
- Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. (2003). *Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach*. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503-530.
- Trevino, L. K., Hartman, L. P., & Brown, M. E. (2000). *Moral Person and Moral Manager: How Executives Develop a Reputation for Ethical Leadership*. *California Management Review*, 42(4), 128-142.
- Tedja, S. (2020). Business ethics dan good corporate governance (GCG) pt x di bidang laboratorium kesehatan klinik. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 622-630.
- Untung, B. (2012). Hukum dan etika bisnis, dilengkapi studi kasus dan Undang-undang.
- Ugoani, J. (2019). Business ethics and its effect on organizational sustainability. *Global Journal of Social Sciences Studies*, 5(2), 119-131.
- Weruin, U. U. (2019). Teori-Teori Etika Dan Sumbangan Pemikiran Para Filsuf Bagi Etika Bisnis. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 313-322.
- Widisatria, D. (2020). Implementasi Etika Bisnis Pada Pt Aqua Golden Mississippi Tbk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(5), 438-451.
- Wati, S. S., & Mukhlis, I. (2023). Peran Etika Bisnis Dalam Mendorong Sustainability Perusahaan. *Business and Investment Review*, 1(6), 78-82.
- Wibowo, D. P., & Afriadi, H. (2023). Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 1(02).
- Wardhani, N. K. (2023). *Pengantar Etika Bisnis*. Anak Hebat Indonesia.
- Yessy, Y. A. (2020). Penerapan Etika Bisnis Pada PT Indah Jaya Londrindo. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 604-612