

## **Peran Etika Ekonomi Bagi Perusahaan di Era Globalisasi**

**Eka Saripa Siburian<sup>1</sup> Rizki Samora Muliana<sup>2</sup> Daniel Sanggam Simbolon<sup>3</sup> Khairani Alawiyah<sup>4</sup>**

Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Kota Medan,  
Provinsi Sumatera Utara, Indonesia

Email: [ekasaripasiburian@gmail.com](mailto:ekasaripasiburian@gmail.com)<sup>1</sup>

### **Abstrak**

Dalam membangun relasi dengan individu lain di ranah bisnis, aspek etika memegang peran kunci. Etika bisnis memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan kesuksesan suatu entitas bisnis. Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis yang sehat juga dapat memperbaiki aliran komunikasi dan memperkuat tingkat kepercayaan di dalam lingkungan kerja. Saat terlibat dalam aktivitas bisnis, fokus perlu ditempatkan pada dua hal. Pertama, adalah kesadaran serta kepekaan terhadap kebutuhan dan perasaan individu lain. Alasan kedua adalah untuk menghindari adanya misinterpretasi antara pihak-pihak yang terlibat, mengingat bahwa norma etika bisnis bervariasi secara signifikan di berbagai budaya dan negara. Tulisan ini bertujuan untuk mendalami relevansi etika ekonomi dalam konteks bisnis di era globalisasi. Penulis mengadopsi metode observasi sebagai cara dan mengandalkan literatur sebagai sumber penelitian. Berdasarkan diskusi yang dikemukakan dalam tulisan ini, tingkat kepercayaan di antara anggota komunitas bisnis sangat dipengaruhi oleh kualitas etika ekonomi yang diterapkan. Ada beragam pemangku kepentingan yang memengaruhi satu sama lain, termasuk perusahaan, pemasok, dan konsumen akhir. Setiap elemen ini harus memenuhi standar etika yang tinggi untuk menjaga fondasi kepercayaan yang solid.

**Kata Kunci:** Bisnis, Etika, Globalisasi, Perusahaan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

### **PENDAHULUAN**

Fungsi etika bisnis dunia usaha sangatlah penting dan dari sudut pandang ekonomi, dunia usaha juga berkontribusi terhadap kemajuan ekonomi, sosial dan budaya. Saat ini, etika telah menjadi hal yang penting dalam seluruh aktivitas bisnis secara komprehensif disebabkan oleh aktivitas bisnis bukan hanya dikelola menurut negoisasi yang dihubungkan dengan kemufakatan. Hanya kemufakatan resmi dan valid, dengan berkembangnya kegiatan komersial di masyarakat dan mengiringi globalisasi ekonomi, maka etika ekonomi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan komersial itu sendiri. Sebagai entitas ekonomi yang ingin bertahan dan berdaya saing di era globalisasi, kita harus mematuhi etika, standar, aturan, dan hukum yang berlaku. Untuk sukses menjalankan operasi bisnis dalam suatu perusahaan, penting untuk membangun tingkat kepercayaan di antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Kepercayaan ini harus memiliki dasar yang lebih substansial daripada sekadar perjanjian kontrak dan ketentuan hukum resmi. Oleh karena itu, dapat diungkapkan bahwa kepercayaan dalam konteks bisnis tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai etika. Prinsip-prinsip etika, bersama dengan standar, peraturan, dan ketentuan yang relevan, memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian kesuksesan bagi para pengusaha global. Etika ekonomi sering dilanggar, dan kebanyakan orang bahkan tidak menyadari bahwa dalam menjalankan bisnis sangat memerlukan etika ekonomi, bisnis yang beretika adalah suatu kegiatan ekonomi social yang berjalan dengan lurus diatas dasar koridor moral melalui pencapaian keuntungan yang wajar dan adil bagi masyarakat konsumen sebab pengusaha adalah merupakan factor penentu kesuksesan suatu bisnis, dikatakan kunci utama

kesuksesan adalah reputasinya sebagai pengusaha yang memegang teguh integrasi dan kepercayaan pihak lain.

## **Landasan Teori**

### **Konsep Dasar**

Untuk menghindari ketidakjelasan antara "etika" dan "etiket," perlu kita definisikan masing-masing istilah secara terpisah. Etika, sering kali disamakan dengan etiket, sebenarnya memiliki perbedaan mendasar dalam konteks penerapannya. Secara umum, kedua istilah ini tampak memiliki makna yang serupa, tetapi perbedaan signifikan terdapat dalam penekanan pada pelaksanaan. Dalam konteks etimologis, etika berasal dari bahasa Latin "ethicus" dan dalam bahasa Yunani disebut "eticos," yang berarti "kebiasaan." Artinya, pada awalnya, "baik" adalah apa yang sesuai dengan kebiasaan masyarakat. Namun, seiring berjalannya waktu, pemahaman tentang etika telah berkembang menjadi ilmu yang membahas tindakan dan perilaku manusia, dan mana yang dapat dianggap baik atau buruk. Sementara itu, etiket, yang berasal dari bahasa Perancis "Etiket," awalnya merujuk pada undangan, terutama digunakan oleh raja-raja Perancis selama perayaan mereka. Saat ini, etiket lebih menekankan pada tata krama, seperti cara berperilaku di meja makan, menerima tamu, dan tata krama lainnya. Prinsipnya, etiket mencakup pedoman yang mengandung makna "pengaturan" sebagai dasar bagi keterampilan, estetika, dan keluwesan dalam perilaku sehari-hari. Oleh karena itu, dalam pelaksanaannya, etiket dan sosialisasi harus mencerminkan nilai-nilai keindahan dan estetika dalam interaksi sosial. Untuk memperjelas perbedaan di antara "etika" dan "etiket," kita dapat mengacu pada bahasa Inggris, di mana "etika" merujuk pada moralitas, sementara "etiket" mengacu pada perilaku yang baik dalam interaksi manusia. Walaupun keduanya memiliki persamaan makna, perbedaan di antara keduanya adalah suatu konsep yang penting. Penerapan etika di era globalisasi menjadi semakin penting dalam masyarakat yang hidup dalam keragaman budaya yang signifikan.

### **Implementasi Etika Pada Era Globalisasi**

Di era globalisasi, masyarakat hidup dalam konteks lingkungan yang sangat beragam. Contohnya, di Indonesia, keberagaman masyarakat terlihat dengan jelas melalui keberagaman suku dan budaya yang ada, serta beragamnya budaya di seluruh dunia di berbagai tempat. Hal ini tercermin dalam banyak adat istiadat, sistem nilai, kebiasaan, karakteristik, gaya hidup, dan lain sebagainya. Akibatnya, dalam kehidupan sehari-hari, setiap individu dari masyarakat berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki kepribadian beragam dan pandangan moral yang mungkin berbeda. Perubahan dalam dinamika kehidupan masyarakat perkotaan, seperti tuntutan pemenuhan kebutuhan, persaingan ketat, konsumerisme, dan gaya hidup mewah, mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Terjadinya penyimpangan dalam pelaksanaan pekerjaan, seperti praktik manipulasi, korupsi, ketidakpatuhan terhadap peraturan, kurangnya disiplin, pelanggaran hak orang lain, dan ketidakadilan, merupakan tantangan yang muncul dalam konteks ini. Sebagai akibatnya, etika menjadi semakin penting dalam menghadapi realitas era globalisasi.

Era globalisasi sendiri dapat menciptakan perubahan sosial di semua aspek kehidupan. Perubahan ini dapat mengancam sistem nilai yang ada dalam budaya, politik, ekonomi, sosial, agama, dan pendidikan di Indonesia. Setiap aspek kehidupan dihadapkan pada tugas mengelola dampak negatif dari perubahan ini, sambil tetap mempertimbangkan pilihan sistem nilai yang mendorong dampak positif. Tidak mengherankan jika beberapa pihak menggunakan perubahan ini sebagai peluang untuk keuntungan pribadi tanpa memedulikan kerugian yang mungkin dialami oleh pihak lain. Dalam konteks ini, etika menjadi alat untuk mengatasi konflik yang mungkin mempengaruhi penilaian individu, kelompok, atau

masyarakat. Etika juga membantu individu, kelompok, atau masyarakat untuk menjadi lebih bijak dalam menerima ide-ide baru yang mungkin tidak sesuai dengan nilai-nilai mereka, tanpa menolak sistem nilai yang ada hanya karena sesuatu hal baru. Etika juga membantu individu, kelompok, atau masyarakat untuk menemukan landasan kuat yang memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam perubahan kehidupan sosial tanpa rasa takut dan hambatan.

### **Implementasi Peran Etika dalam BISNIS Global**

Untuk menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam konteks global, penting untuk memahami aspek-aspek yang memberikan relevansi pada peran etika dalam dunia bisnis. Ada beberapa prinsip yang harus diadopsi oleh para profesional dalam konteks bisnis global, yaitu:

1. Prinsip Otonomi dalam Urusan Dunia. Prinsip otonomi dalam bisnis, terutama dalam lingkup bisnis global, merujuk pada kemampuan dan sikap individu untuk bertindak sesuai dengan keyakinan mereka tentang apa yang dianggap sebagai tindakan yang benar. Namun, penting untuk diingat bahwa kebebasan tidak boleh dianggap sebagai jaminan bahwa individu dapat bertindak secara independen dan etis. Otonomi juga membawa kewajiban. Bagi pelaku bisnis dalam skala global, otonomi yang mencakup kebebasan dan tanggung jawab merupakan prinsip dasar yang sangat penting, menjadi pijakan dan fondasi utama dalam beroperasi dalam dunia bisnis, terutama dalam era globalisasi yang kompleks.
2. Prinsip Kejujuran dalam Bisnis Global. Para pelaku bisnis harus memahami bahwa kejujuran dalam menjalankan aktivitas bisnis, khususnya dalam konteks perdagangan global, merupakan dasar yang penting untuk praktik bisnis yang baik dan berkelanjutan yang dilakukan dengan integritas dan profesionalisme. Dalam dunia bisnis, kejujuran tercermin dalam berbagai aspek, termasuk: Kepatuhan terhadap syarat-syarat perjanjian dan kontrak yang telah disepakati. Menawarkan barang dan jasa berkualitas tinggi dengan jujur dan tanpa penipuan. Menerapkan kejujuran dalam hubungan kerja di dalam lingkungan perusahaan.

### **Manfaat Etika**

Setiap individu tunduk pada suatu kerangka yang mengatur kehidupan dan pekerjaannya, dan karenanya, tidak ada yang bisa hidup secara benar-benar bebas. Manusia selalu beroperasi dalam kerangka yang ditetapkan oleh aturan, norma, nilai moral, dan peraturan yang menentukan tindakan yang harus diambil. Penting bagi setiap individu untuk menjalankan aktivitas mereka dengan memperhatikan perlindungan terhadap kebebasan mereka sendiri dan juga kebebasan dari penindasan. Dalam beberapa pandangan, standar moral yang dikenakan pada individu dapat dianggap sebagai pembatas terhadap kebebasan pribadi (Lukes, 1973). Dalam konsep sosialis, kebebasan diartikan sebagai pembagian kekuasaan yang adil dan tentu saja, kebebasan tidak dapat dipisahkan dari kesetaraan. Dengan kata lain, kebebasan tanpa kesetaraan dianggap setara dengan penjajahan yang diterapkan oleh penguasa. Awalnya, etika merujuk pada seperangkat norma atau prinsip moral yang diinterpretasikan sebagai hal yang benar atau salah. Dalam konteks etika bisnis, terdapat peraturan etika yang harus diikuti agar bisnis dapat beroperasi sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini akan memanfaatkan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena

dengan mengumpulkan bukti dari berbagai sumber (Kriantono, 2009). (Moleong, 2006) Metode kualitatif, karena tidak berfokus pada pengumpulan data kuantitatif, bertujuan untuk memberikan penjelasan yang mendalam dan akurat tentang realitas yang sedang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data memegang peran penting, berbeda dengan metode kuantitatif yang lebih mengandalkan prosedur untuk mengukur atau mengamati variabel. Namun, dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data melibatkan interaksi simbolis dengan narasumber (Iiskandar, 2009). Para peneliti dapat memperoleh data yang diperlukan untuk menjalankan penelitian yang efektif dengan menggunakan beragam teknik pengumpulan data. Untuk penelitian berjudul "Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi" ini, terdapat dua metode pengumpulan data yang akan digunakan:

1. Observasi. Observasi adalah metode yang memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi dengan memperhatikan item atau peristiwa tertentu. Tujuan utama observasi adalah untuk memberikan peluang kepada peneliti untuk melihat dan memahami suatu item atau fenomena berdasarkan pengetahuan dan konsep yang telah ada sebelumnya, dan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam rangka penelitian lebih lanjut. Dalam penelitian ini, akan digunakan metode observasi yang bersifat tidak terstruktur, yang merupakan pendekatan umum dalam penelitian kualitatif.
2. Penelitian Kepustakaan (Library Research). Penelitian kepustakaan adalah metode pengumpulan data yang bergantung pada sumber-sumber tertulis. Penelitian ini mengacu pada buku teks, majalah, surat kabar, dan materi tertulis lainnya (Simanjuntak, 2016: 92). Melalui metode ini, penulis akan mendapatkan data dari buku, situs web, artikel, dan jurnal akademik.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Menurut Wahyu dan Ostaria (2006), Etika merupakan cabang utama filsafat yang mengkaji nilai-nilai atau adat istiadat. Nama Yunani Kunonya, *ethikos*, berarti "timbul dari adat istiadat" kualitas. Konsep "benar" dan "salah" serta "baik" dan "buruk" digunakan dalam disiplin etika. Disiplin Studi tentang hak dan tanggung jawab moral, serta kebaikan dan kejahatan, dikenal sebagai etika. Bekum (2004) menyatakan bahwa itu adalah seperangkat ajaran moral yang membedakan antara yang baik dan yang buruk. Dalam komunitas ilmiah, etika bersifat normatif karena membatasi tindakan kita. Kode etik, kumpulan pedoman dan standar moral yang membantu orang dan masyarakat dalam mengendalikan perilaku, sistem nilai, dan filosofi moral yang mengkaji konsep benar dan salah adalah tiga kategori yang diklasifikasikan oleh Bertens (2004) moralitas. Etika bisnis adalah bagian dari etika terapan yang berupaya mengatur dan mempelajari lingkungan moral dan etika bisnis. Hal ini juga menyelidiki seberapa efektif atau buruknya organisasi komersial mengelola masalah moral dan etika dan mengidentifikasi kelemahan dalam prosedur organik mereka. Ini mencakup setiap aspek bisnis, termasuk produksi, keuangan, administrasi, dan pemasaran, semuanya dalam bentuk organiknya. mencakup semua aspek perusahaan, termasuk pemasaran, administrasi, keuangan, dan produksi. Hal ini juga dapat bersifat deskriptif atau normatif dalam suatu bidang dan dapat diterapkan pada berbagai sektor. Etika bisnis organisasi berperan penting dalam membentuk perusahaan yang kuat, kompetitif, dan mampu menciptakan nilai tinggi, yang kesemuanya memerlukan landasan yang kokoh. Dan ini dimulai dengan strategi perencanaan, struktur yang kuat, seperangkat protokol yang jelas, budaya perusahaan yang dapat diandalkan, dan penerapan nilai-nilai perusahaan secara sering dan konsisten.

Globalisasi merujuk pada penyebaran inovasi ekonomi ke seluruh dunia, yang juga membawa perubahan dalam aspek politik dan budaya. Hal ini mendorong terjadinya integrasi internasional dengan memungkinkan sumber daya keuangan untuk diperoleh dari satu

negara dan digunakan untuk membeli komoditas mentah dari negara lain. Manajemen Strategis di Era Globalisasi dari negara ketiga dapat dimanfaatkan untuk memproduksi komoditas yang selanjutnya dijual di pasar keempat. Akibatnya, globalisasi memperluas prospek perusahaan. Globalisasi dan integrasi pasar global diperkuat oleh meningkatnya hubungan antara negara-negara industri, kebutuhan negara-negara berkembang, disintegrasi, serta pembatasan dalam transfer dana, pertukaran informasi, dan teknologi melintasi perbatasan. Kondisi ini mendorong perusahaan multinasional untuk secara aktif mempertimbangkan strategi yang perlu diterapkan agar dapat membangun keunggulan kompetitif dalam jangka panjang. Tingkat persaingan global telah meningkatkan tuntutan terhadap berbagai aspek kinerja, termasuk kualitas, biaya, waktu proses produk, dan efisiensi operasional. Penting untuk diingat bahwa standar-standar ini bersifat dinamis dan tidak tetap, dan bahwa standar-standar ini memerlukan pertumbuhan berkelanjutan dari pihak dunia usaha dan karyawannya. Dengan menerima kesulitan-kesulitan yang ditimbulkan oleh persyaratan yang terus meningkat ini, perusahaan-perusahaan yang sukses siap melakukan apa pun untuk mempertahankan daya saing strategisnya. Perusahaan hanya dapat meningkatkan kapasitas dan keterampilan personelnya jika mereka siap menghadapi tantangan ini. Pasar global merupakan pilihan strategis yang menarik bagi dunia usaha, namun pasar global bukanlah satu-satunya sumber daya saing mereka. Memang benar, banyak organisasi yang mampu bersaing secara efektif di pasar global juga harus memperhatikan pasar dalam negeri.

Sebagai hasilnya, organisasi di berbagai negara mendorong diri mereka untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar masing-masing. Namun, karena kriteria persaingan strategis terkait dengan standar global, perusahaan yang berhasil meningkatkan kompetitivitasnya di tingkat nasional juga akan melihat peningkatan kompetitivitasnya di skala global. Perusahaan yang berpartisipasi dalam persaingan strategis memahami cara mengadaptasi informasi persaingan domestik ke pasar global. Pada bagian ini beberapa teknik yang bisa dilakukan untuk menyambut era globalisasi:

1. Persaingan global yang luas. Pendekatan ini berupaya untuk bersaing secara global dengan berbagai macam barang industri dengan menggunakan sumber keunggulan kompetitif global untuk membangun kekhasan atau peran yang umumnya tidak mahal. Untuk menerapkan strategi ini, banyak sumber daya harus tersedia dalam jangka waktu yang lama. ME Porter (1996)
2. Global Pendekatan perspektif ini berfokus pada sektor industri tertentu di mana perusahaan bersaing secara global. Ketika hambatan terhadap persaingan global minimal dan posisi perusahaan di segmen tersebut dapat dipertahankan dari serangan pesaing global, makasegmen akan dipilih. Sebagai konsekuensi dari pendekatan ini, pengurangan biaya akan membedakan perusahaan dalam kategori- kategorinya. ME Porter (1996)
3. Penekanan nasional dengan bantuan strategi ini, yang memanfaatkan karakteristik unik pasar nasional untuk menciptakan metode yang disesuaikan dengan negara tertentu, perusahaan dapat berekspansi secara global. Variasi pada pendekatan ini lebih menekankan pada pencarian bottom-up atas biaya murah atau kekhasan dalam memenuhi kebutuhan unik suatu pasar nasional atau sektor di dalamnya. terkena dampak hambatan ekonomi terhadap persaingan global. ME Porter (1996)
4. Negara khusus (dilindungi) Pendekatan ini mencari cara pemerintah mencegah pesaing kelas dunia beroperasi dengan menuntut penggunaan beberapa komponen lokal dalam satu produk, mengenakan tarif yang berlebihan, dan sebagainya. Korporasi mengembangkan metode ini agar berhasil menangani pasar-pasar tertentu di mana mereka mempunyai kekuasaan tersebut, dan mereka menaruh perhatian besar kepada

pemerintah tuanrumah untuk menjamin bahwa perlindungan ini tetap berlaku. ME Porter (1996)

5. Pemeriksaan lingkungan eksternal Perusahaan harus memiliki talenta yang diperlukan untuk mendeteksi kemungkinan dan risiko yang ada di lingkungan eksternalnya karena lingkungan eksternal seringkali sulit dan rumit. Lima divisi lingkungan eksternal adalah sosial budaya, politik, hukum, demografi, dan teknis. Lingkungan eksternal dibagi lagi menjadi dua bagian, yaitu lingkungan umum dan lingkungan khusus. Lingkungan industri dibahas pada bagian kedua yang meliputi unsur-unsur yang mengancam kedatangan pemain baru, kekuatan posisi pembeli dan pemasok, bahaya produk pengganti, dan tingkat persaingan. Manajer perlu menyadari bagaimana organisasi mereka menghadapi pesaing dalam dimensi strategis yang penting. Hitt, Irlandia, dan Hoskisson (1997).

Bisnis telah merambah ke seluruh penjuru dunia, dan dampaknya dapat dirasakan dalam setiap aspek kehidupan kita. Pada umumnya, peran negara dalam mengelola aktivitas bisnis sangat penting. Karena setiap negara memiliki karakteristiknya sendiri, sulit bagi mereka untuk memenuhi semua kebutuhan dengan sumber daya internal mereka. Sejarah telah memberikan banyak contoh, mulai dari perjalanan eksplorasi untuk mendapatkan rempah-rempah di Asia hingga perdagangan minyak internasional, yang menunjukkan bahwa kolaborasi dengan negara lain merupakan hal yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Seiring dengan proses globalisasi, perdagangan internasional semakin menjadi tren yang populer. Keterkaitan ekonomi dan sistem perdagangan global saling memengaruhi dan memperkuat satu sama lain. Aktivitas impor dan ekspor oleh perusahaan multinasional semakin berkembang pesat. Melalui ekspor, negara dapat meningkatkan pendapatan mereka, sementara impor memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan di pasar domestik.

Setiap negara, selain mencapai tujuannya, terus berusaha untuk terlibat dalam perdagangan internasional guna meningkatkan tingkat perekonomian mereka. Terutama di negara-negara berkembang yang memiliki mata uang yang nilainya cenderung rendah, perusahaan multinasional menjadi sarana yang efektif untuk mengakses sumber daya keuangan dan meningkatkan standar perekonomian mereka. Negara-negara berkembang dapat dengan mudah mengeksport produk lokal ke pasar internasional dan menarik investasi asing untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi domestik mereka. Sebagai konsekuensinya, akses terhadap berbagai produk dan layanan yang diinginkan menjadi lebih mudah di negara-negara dengan perekonomian yang kuat. Era globalisasi merupakan periode di mana segala aspek aktivitas manusia terkait erat dengan perkembangan teknologi. Dalam era ini, terjadi perkembangan teknologi yang signifikan, dan kehidupan manusia sangat tergantung pada penggunaan teknologi sebagai alat yang memberikan manfaat dalam menjalankan berbagai aktivitas. Sebagai contoh, jika kita melihat perubahan dalam kehidupan sehari-hari, kita bisa melihat bahwa dalam masa lalu, pedagang bakso mungkin menggerakkan gerobak dorong mereka dari satu lokasi ke lokasi lain. Namun, dalam era modern ini, hal seperti itu sudah jarang terjadi. Pedagang bakso sekarang cenderung menggunakan sepeda motor dan sarana transportasi lainnya untuk berjualan.

Ini hanya merupakan contoh kecil dari kompleksitas dan efisiensi yang telah mencakup hampir semua aspek kehidupan saat ini. Dengan berjalannya waktu, persaingan semakin meningkat, dan masyarakat dalam era globalisasi ini berlomba-lomba untuk memanfaatkan fasilitas yang tersedia guna mencapai tujuan yang lebih besar, terutama dalam konteks persaingan di sektor industri. Bisnis telah menjadi bidang yang menarik minat banyak orang karena menawarkan peluang keuntungan dan kemudahan dalam berorganisasi. Banyak pihak

yang segera mengambil tindakan dan bergabung dalam usaha ini. Globalisasi dalam era pasca-globalisasi telah memberikan dampak signifikan pada perkembangan pasar global dan pertumbuhan usaha mikro di seluruh dunia. Globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat telah mengubah model bisnis yang telah ada selama beberapa waktu, bahkan berubah secara permanen. Globalisasi bisnis tidak dapat dihentikan dengan satu langkah tunggal karena ia terus berkembang. Dampak globalisasi dan teknologi terhadap bisnis dalam era globalisasi sangat beragam, dan beberapa perubahan yang dapat diidentifikasi meliputi:

1. Konsumen memiliki lebih banyak kekuatan dalam menentukan pilihan.
2. Batas geografis bukan lagi hal utama dalam bisnis.
3. Produksi dalam skala besar tidak selalu diperlukan.
4. Inovasi teknologi menjadi fokus utama dan berjalan dengan cepat.
5. Kualitas dan kuantitas produk menjadi lebih penting.
6. Konsumen semakin sensitif terhadap harga dan kualitas produk.

### **KESIMPULAN**

Dalam lingkungan perusahaan yang sangat kompetitif saat ini, etika ekonomi adalah biaya tetap yang tidak dapat dinegosiasikan. Baik dan buruknya sektor korporasi dapat dibagikan dengan cepat dan luas di era informasi yang terbuka dan luas saat ini. Dalam lingkungan perusahaan saat ini, satu-satunya cara untuk berkembang adalah dengan memposisikan pekerja, pelanggan, pemasok, pemodal, dan masyarakat umum secara etis dan jujur. Karena ketatnya persaingan perusahaan, sebagian pelaku bisnis kurang peduli terhadap etika ekonomi. Tingkat kepercayaan atau keyakinan setiap elemen dalam dunia bisnis dipengaruhi oleh etika ekonomi. Pemasok, bisnis, dan pelanggan semuanya mempunyai dampak satu sama lain. Setiap komponen yang ada harus memprioritaskan etika untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip kepercayaan terus berjalan. Anda dapat menerapkan etika perusahaan ini dalam seluruh aspek perusahaan Anda. Memelihara rasa saling percaya dalam kolaborasi berdampak besar pada reputasi usaha, baik pada tingkat mikro maupun makro. Walaupun hal ini merupakan investasi jangka panjang yang tidak memberikan keuntungan instan, etika bisnis memiliki nilai yang sangat tinggi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan seperti saat ini. Di era perkembangan informasi yang pesat, bisnis di seluruh dunia dapat berkembang dengan cepat dan efisien. Kunci keberhasilan dalam bisnis saat ini adalah membangun tim yang mewakili kepentingan perusahaan, pelanggan, pemasok, produsen, dan masyarakat. Persaingan dalam dunia bisnis kadang-kadang menyebabkan beberapa pelaku bisnis mengabaikan pentingnya etika dalam melaksanakan pekerjaan mereka.

Kepercayaan yang dibangun di dalam setiap elemen bisnis sangat dipengaruhi oleh penggunaan logo perusahaan. Peran dari pelanggan, bisnis, dan pemasok semuanya memiliki dampak penting pada kesuksesan dalam setiap transaksi. Setiap unsur ini perlu dilindungi oleh etika bisnis untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip kerja diterapkan dengan efektif. Etika bisnis ini dapat diaplikasikan dalam berbagai situasi. Dampaknya akan sangat memengaruhi reputasi perusahaan, baik dalam lingkup yang lebih kecil maupun secara keseluruhan. Meskipun dampaknya mungkin tidak langsung terlihat dalam bentuk keuntungan finansial, investasi ini adalah kebijakan yang bijak untuk seluruh elemen dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, pentingnya etika dalam bisnis tidak dapat diabaikan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Alkahfi, Muhammad Andre, and Zuhrinal M. Nawaw. "Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi." *ManBiz: Journal of Management and Business* 1.2 (2022): 75-88.

- Harahap, Ainun Pratiwi, and M. Yarham. "Etika dan Bisnis Sebagai Strategi Bisnis Jangka Panjang Pada Era Global." *Journal Economic Excellence Ibnu Sina* 1.3 (2023): 207- 217.
- Muslim, Moh. "Urgensi Etika Bisnis di Era Global." *Esensi* 20.2 (2017): 148-158.
- Mariana, Khristarini. "Peranan Etika Bisnis Dalam Menghadapi Global Warming Di Era Globalisasi." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2.01 (2023): 30-35.
- Yulianita, Neni. "Implementasi Etika di Era Globalisasi." *Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan* 18.4 (2002): 457-473.