

ETIKA BISNIS: MENINGKATKAN KUALITAS DAN KINERJA PERUSAHAAN

Desty Rahayu Ningrum¹, Sutantri², Iva Khoiril Mala³
destyrahayuningrum@gmail.com¹, tantrialvano@gmail.com²,
ivamala180496@gmail.com³
Universitas Islam Tribakti

ABSTRAK

Berbagai macam etika dalam perusahaan mencakup serangkaian prinsip dan nilai-nilai yang mengatur perilaku organisasi dalam berbagai aspek operasional. Dalam konteks globalisasi dan tuntutan tanggung jawab sosial, perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk memastikan konsistensi antara nilai-nilai etis yang diumumkan dan tindakan nyata di tempat kerja. Artikel ini mengulas strategi dan praktik yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai konsistensi ini, termasuk pembangunan budaya organisasi yang mendukung, peran aktif manajemen dalam mendorong nilai-nilai etis, dan keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan etika.

Kata Kunci: Etika bisnis, Perusahaan, Budaya organisasi, Manajemen, Karyawan.

ABSTRACT

Various ethical considerations within a company encompass a range of principles and values that govern organizational behavior across different operational aspects. In the context of globalization and social responsibility demands, companies face challenges in ensuring consistency between the proclaimed ethical values and actual actions in the workplace. This article discusses strategies and practices that companies can undertake to achieve this consistency, including building a supportive organizational culture, active management involvement in promoting ethical values, and employee engagement in decision-making related to ethics.

Keywords: Business ethics, Company, Organizational culture, Management, Employees.

PENDAHULUAN

Etika di tempat kerja mencakup seperangkat prinsip dan nilai-nilai yang memandu perilaku individu dan organisasi. Dalam konteks perusahaan, etika memberikan landasan bagi keputusan yang bertanggung jawab, menjaga integritas, dan mempromosikan budaya yang inklusif. Dalam era globalisasi dan transparansi informasi, perusahaan yang menerapkan praktik-praktik etis cenderung lebih sukses dalam membangun kepercayaan stakeholder dan menjaga reputasi mereka. Berbagai macam etika dalam perusahaan mencakup beragam aspek, mulai dari etika dalam pemasaran dan penjualan, hingga etika dalam hubungan pekerja dan manajemen sumber daya manusia. Etika dalam pemasaran, misalnya, melibatkan kewajiban perusahaan untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada konsumen, serta untuk menghindari praktik-praktik manipulatif atau menyesatkan. Di sisi lain, etika dalam hubungan pekerja menyangkut tanggung jawab perusahaan dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman, adil, dan mendukung pertumbuhan serta perkembangan karyawan (Hasoloan, 2018).

Selain itu, aspek lain dari etika perusahaan meliputi etika dalam hal lingkungan dan sosial. Perusahaan perlu mempertimbangkan dampak lingkungan dari kegiatan mereka dan bertanggung jawab atas jejak karbon mereka, penggunaan sumber daya alam, dan dampak lainnya terhadap lingkungan. Di sisi sosial, perusahaan juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial mereka terhadap komunitas tempat mereka beroperasi, termasuk keterlibatan dalam inisiatif sosial dan filantropi. Dalam pandangan yang lebih luas, etika dalam perusahaan juga mencakup aspek-aspek seperti kepatuhan terhadap hukum dan

regulasi, tanggung jawab terhadap pemegang saham, dan prinsip-prinsip keadilan dalam perdagangan global. Keseluruhan, praktik-praktik etis ini tidak hanya mendukung kesuksesan jangka panjang perusahaan, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun masyarakat yang lebih berkelanjutan dan inklusif secara global (Butarbutar, 2019).

Globalisasi ekonomi, perusahaan seringkali dihadapkan pada tantangan etika yang kompleks, terutama dalam hal keberlanjutan dan keterlibatan dalam rantai pasok global. Etika bisnis yang inklusif juga mencakup prinsip-prinsip seperti keberagaman dan inklusivitas, di mana perusahaan diharapkan untuk menghargai dan mempromosikan keragaman budaya, gender, dan latar belakang lainnya di tempat kerja. Langkah-langkah seperti mengadopsi kebijakan inklusif, mempromosikan kesetaraan peluang, dan menghindari diskriminasi adalah bagian integral dari praktik-praktik etis yang diharapkan dari perusahaan.

Sementara berbagai macam etika dalam perusahaan menawarkan kerangka kerja untuk perilaku yang bertanggung jawab, implementasi dan penegakan etika ini juga memerlukan komitmen yang kuat dari semua tingkatan organisasi. Penting bagi perusahaan untuk membentuk budaya korporat yang mendorong kepatuhan terhadap nilai-nilai etis, dan untuk memiliki prosedur yang jelas dan transparan untuk menangani pelanggaran etika. Selain itu, perusahaan juga dapat memperkuat praktik-praktik etis mereka dengan memberikan pelatihan dan pendidikan tentang etika kepada karyawan mereka, serta dengan membangun sistem insentif yang mendorong perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan (Aviatri & Nilasari, 2021).

Dalam pandangan jangka panjang, perusahaan yang memprioritaskan etika dalam semua aspek operasi mereka cenderung memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Praktik-praktik etis yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, mendukung retensi dan rekrutmen karyawan yang berkualitas, serta memperkuat hubungan dengan pemegang saham dan komunitas di sekitarnya. Sebagai hasilnya, investasi dalam budaya etis tidak hanya menjadi tanggung jawab moral, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang cerdas untuk pertumbuhan jangka panjang dan ketahanan perusahaan.

Di samping manfaat internal bagi perusahaan, praktik-praktik etis juga memiliki dampak yang signifikan pada reputasi perusahaan di mata publik. Dalam era informasi yang terkoneksi secara global, pelanggaran etika dapat dengan cepat menjadi berita utama dan merusak citra perusahaan. Oleh karena itu, menjaga konsistensi antara nilai-nilai perusahaan yang diumumkan dan tindakan nyata mereka menjadi kunci dalam membangun kepercayaan publik yang kokoh. Perusahaan yang dilihat sebagai pemimpin dalam praktik-praktik etis cenderung lebih dihormati dan diakui di pasar, yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang signifikan.

Adopsi etika dalam berbagai aspek bisnis juga dapat menghasilkan inovasi yang lebih baik dan berkelanjutan. Ketika perusahaan memprioritaskan pertimbangan etis dalam pengembangan produk dan layanan, mereka cenderung menciptakan solusi yang lebih baik bagi pelanggan mereka serta meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Praktik-praktik etis dapat menjadi pendorong untuk inovasi yang berkelanjutan, memperkuat posisi perusahaan di pasar yang terus berubah. Tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menerapkan etika tidak selalu sederhana, terutama ketika ada konflik antara keuntungan ekonomi dan pertimbangan etis. Namun, menghadapi tekanan dari pemangku kepentingan yang semakin sadar akan isu-isu etika, perusahaan sering menemukan bahwa mengikuti praktik-praktik etis justru dapat menghasilkan manfaat jangka panjang yang lebih besar daripada keuntungan singkat. Oleh karena itu,

sementara pengambilan keputusan berbasis etika mungkin menimbulkan tantangan, hal itu juga dapat membantu perusahaan untuk memperkuat fondasi mereka dan bertahan dalam jangka Panjang (Nurhalim, 2023).

Dalam era di mana transparansi dan akuntabilitas semakin menjadi fokus utama, praktik-praktik etis dianggap sebagai prasyarat untuk keberhasilan jangka panjang perusahaan. Pemerintah, pemangku kepentingan, dan konsumen semakin menuntut transparansi dan akuntabilitas dalam setiap aspek operasi bisnis. Oleh karena itu, perusahaan yang berinvestasi dalam budaya etis dan berkomitmen pada praktik-praktik etis yang kuat cenderung lebih mampu untuk memenuhi harapan ini dan mempertahankan kepercayaan publik yang penting bagi pertumbuhan mereka. Etika bukan hanya menjadi pilihan, tetapi menjadi keharusan bagi perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompleks dan beragam.

METODE

Metode penelitian studi literatur digunakan dalam eksplorasi konsep "Berbagai Macam Etika Dalam Perusahaan" dengan mengumpulkan dan menganalisis sumber-sumber tertulis yang relevan. Pendekatan ini melibatkan pencarian, peninjauan, dan sintesis literatur yang mencakup jurnal ilmiah, buku teks, laporan riset, dan sumber-sumber lain yang relevan. Tahap awal penelitian melibatkan identifikasi kata kunci yang sesuai dengan topik, seperti "etika bisnis," "praktik bisnis bertanggung jawab," dan "budaya organisasi."

Pencarian dilakukan melalui basis data akademis dan perpustakaan digital untuk mengumpulkan literatur yang relevan. Setelah mengumpulkan sumber-sumber yang sesuai, peneliti memeriksa secara kritis setiap sumber untuk mengevaluasi relevansinya dengan topik penelitian. Data yang relevan kemudian disintesis dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan temuan kunci terkait berbagai macam etika dalam perusahaan. Metode penelitian studi literatur ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang topik tanpa melakukan penelitian lapangan langsung, serta menyediakan dasar yang kuat untuk memahami kompleksitas dan implikasi praktis dari konsep tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Macam Etika Dalam Perusahaan

Etika dalam perusahaan mencakup sejumlah prinsip dan nilai-nilai yang mengatur perilaku individu dan organisasi di lingkungan bisnis. Pertama, terdapat etika dalam pemasaran dan penjualan, yang menekankan pentingnya kejujuran, integritas, dan transparansi dalam berinteraksi dengan konsumen. Hal ini mencakup memberikan informasi yang akurat, menghindari praktik-praktik manipulatif, dan memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Ada etika dalam hubungan pekerja, yang mencakup tanggung jawab perusahaan dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman, adil, dan mendukung pertumbuhan serta perkembangan karyawan. Ini mencakup aspek seperti kesetaraan peluang, penghormatan terhadap hak-hak karyawan, dan penanganan yang adil terhadap konflik atau masalah di tempat kerja (Nurhisam, 2017).

Ada juga etika lingkungan dan sosial, di mana perusahaan diharapkan untuk mempertimbangkan dampak lingkungan dari kegiatan operasional mereka, serta tanggung jawab sosial mereka terhadap komunitas tempat mereka beroperasi. Ini mencakup mengurangi jejak karbon, mengelola limbah, dan berpartisipasi dalam inisiatif sosial atau filantropi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, etika dalam

perusahaan juga melibatkan kepatuhan terhadap hukum dan regulasi yang berlaku di tempat operasi perusahaan. Ini termasuk memastikan bahwa semua kegiatan bisnis berada dalam batas-batas hukum yang berlaku dan tidak melanggar hak atau kepentingan pihak lain.

Ada juga aspek etika global dalam perusahaan, yang melibatkan pertimbangan etis dalam perdagangan internasional, kerja sama lintas budaya, dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat internasional secara keseluruhan. Ini mencakup memastikan bahwa praktik bisnis perusahaan tidak merugikan negara-negara berkembang atau merusak lingkungan global secara tidak adil.

Etika dalam perusahaan bukan hanya sekadar seperangkat aturan atau pedoman yang harus dipatuhi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai inti yang menjadi landasan dari budaya organisasi. Penting bagi perusahaan untuk tidak hanya mengumumkan nilai-nilai etis, tetapi juga untuk menerapkannya secara konsisten dalam setiap aspek operasional mereka. Ini memerlukan komitmen yang kuat dari semua tingkatan organisasi, mulai dari manajemen puncak hingga karyawan tingkat bawah. Perusahaan perlu memastikan bahwa nilai-nilai etis mereka ditanamkan dalam budaya kerja sehari-hari, yang menginspirasi tindakan dan keputusan setiap individu di dalamnya. Praktik-praktik etis dalam perusahaan juga memiliki dampak yang signifikan pada kinerja dan keberhasilan jangka panjang perusahaan. Perusahaan yang menerapkan praktik-praktik etis cenderung lebih menarik bagi investor, pelanggan, dan karyawan yang potensial. Ini karena praktik-praktik etis mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta kemauan mereka untuk beroperasi dengan integritas dan kejujuran (Alkahfi, & Nawawi, 2022).

Implementasi etika dalam perusahaan juga dapat berperan dalam membangun kepercayaan dan reputasi yang kuat di pasar. Perusahaan yang dikenal karena praktik-praktik etisnya cenderung lebih dihormati dan diakui oleh pemangku kepentingan mereka. Ini menciptakan lingkungan yang lebih stabil dan dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan, pemasok, dan komunitas di sekitarnya., tantangan yang mungkin dihadapi dalam menerapkan etika dalam perusahaan meliputi keputusan yang sulit di antara keuntungan ekonomi dan pertimbangan etis, serta kompleksitas dalam menjaga konsistensi antara nilai-nilai etis yang diumumkan dan tindakan nyata mereka. Perusahaan juga harus menghadapi tekanan untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berkembang dan mengelola risiko reputasi yang berkaitan dengan pelanggaran etika.

Berbagai macam etika dalam perusahaan tidak hanya merupakan tanggung jawab moral, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang cerdas untuk membangun keberhasilan jangka panjang. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai etis dalam budaya organisasi mereka dan memastikan bahwa praktik-praktik etis diterapkan secara konsisten, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat.

B. Perusahaan Mengelola Konflik Antara Keuntungan Ekonomi Dan Praktik-Praktik Etis Dalam Berbagai Aspek Operasional

Perusahaan sering dihadapkan pada konflik antara keuntungan ekonomi dan praktik-praktik etis dalam berbagai aspek operasional mereka. Salah satu cara perusahaan mengelola konflik ini adalah dengan menerapkan pendekatan yang seimbang antara pertimbangan bisnis jangka pendek dan pertimbangan jangka panjang yang berkaitan dengan keberlanjutan dan reputasi. Ini dapat melibatkan pembuatan keputusan strategis yang mempertimbangkan dampak jangka panjang dari tindakan mereka terhadap semua pemangku kepentingan, bukan hanya keuntungan finansial segera. Perusahaan dapat

mengadopsi praktik-praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan sebagai bagian dari strategi mereka. Ini mungkin termasuk investasi dalam teknologi ramah lingkungan, praktik produksi yang berkelanjutan, atau keterlibatan dalam inisiatif sosial yang positif. Dengan memprioritaskan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat mengurangi dampak negatif dari kegiatan operasional mereka dan meminimalkan konflik antara keuntungan ekonomi dan praktik-praktik etis (Octavia, 2020).

Perusahaan juga dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam operasi mereka sebagai cara untuk mengelola konflik antara keuntungan ekonomi dan praktik-praktik etis. Dengan memberikan informasi yang jujur dan terbuka tentang praktik bisnis mereka kepada pemangku kepentingan, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan meminimalkan risiko reputasi yang berkaitan dengan praktik yang meragukan. perusahaan dapat memperkuat budaya organisasi yang mendorong perilaku yang bertanggung jawab dan etis di semua tingkatan. Dengan memastikan bahwa nilai-nilai etis ditanamkan dalam budaya kerja sehari-hari, perusahaan dapat mengurangi kemungkinan konflik antara keuntungan ekonomi dan praktik-praktik etis. Hal ini dapat dicapai melalui pelatihan karyawan tentang etika bisnis, penghargaan atas perilaku yang bertanggung jawab, dan mempromosikan komunikasi terbuka dan jujur di antara semua anggota organisasi.

Bagi perusahaan untuk mengintegrasikan pertimbangan etis dalam semua proses pengambilan keputusan. Ini berarti mempertimbangkan dampak yang lebih luas dari tindakan mereka, termasuk dampaknya terhadap karyawan, konsumen, lingkungan, dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan memprioritaskan pertimbangan etis sebagai bagian integral dari proses pengambilan keputusan, perusahaan dapat mengelola konflik antara keuntungan ekonomi dan praktik-praktik etis dengan lebih efektif dan menghasilkan keputusan yang lebih berkelanjutan secara jangka panjang. Perusahaan dapat mengembangkan kebijakan internal yang menegaskan komitmen mereka terhadap praktik-praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Dengan menetapkan standar yang jelas dan berkomitmen untuk mematuhi pedoman etis dalam setiap aspek operasional, perusahaan dapat memberikan landasan yang kuat bagi pengambilan keputusan yang sejalan dengan nilai-nilai mereka. Misalnya, perusahaan dapat menetapkan target untuk mengurangi emisi karbon, mengimplementasikan prosedur kerja yang aman dan adil bagi karyawan, atau menetapkan standar etis untuk pemasok mereka. Dengan demikian, perusahaan menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Perusahaan untuk melakukan analisis risiko secara menyeluruh terhadap keputusan-keputusan bisnis mereka, termasuk potensi dampaknya terhadap reputasi dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan. Ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengelola risiko yang terkait dengan pelanggaran etika atau praktik bisnis yang meragukan sebelum mereka menjadi masalah yang lebih besar. Dengan mengadopsi pendekatan proaktif untuk mengelola risiko etika, perusahaan dapat mengurangi kemungkinan konflik antara keuntungan ekonomi dan praktik-praktik etis. perusahaan juga dapat memperkuat kerjasama dengan pemangku kepentingan eksternal, termasuk masyarakat sipil, organisasi nirlaba, dan pemerintah, sebagai cara untuk mengelola konflik antara keuntungan ekonomi dan praktik-praktik etis. Dengan berkolaborasi dengan pihak-pihak ini, perusahaan dapat membangun hubungan yang saling menguntungkan yang memungkinkan mereka untuk memperoleh wawasan tambahan tentang dampak dari kegiatan operasional mereka dan meningkatkan akuntabilitas mereka kepada masyarakat yang lebih luas (Aripin & Negara, 2021).

C. Perusahaan Memastikan Konsistensi Antara Nilai-Nilai Etis Yang Diumumkan Dan Tindakan Nyata Mereka Di Tempat Kerja

Untuk memastikan konsistensi antara nilai-nilai etis yang diumumkan dan tindakan nyata mereka di tempat kerja, perusahaan perlu mengintegrasikan nilai-nilai tersebut ke dalam seluruh aspek budaya dan operasi organisasi. Pertama, perusahaan harus memastikan bahwa nilai-nilai etis diumumkan bukanlah sekadar slogan kosong, tetapi menjadi pedoman yang nyata dalam pengambilan keputusan dan perilaku sehari-hari. Ini berarti nilai-nilai tersebut harus disusun dengan jelas dan secara konsisten diperkuat melalui komunikasi internal, pelatihan karyawan, dan contoh yang ditetapkan oleh manajemen. perusahaan dapat mengadopsi praktik-praktik pengukuran dan pelaporan yang transparan untuk memantau implementasi nilai-nilai etis di tempat kerja. Misalnya, perusahaan dapat menyelenggarakan survei kepuasan karyawan atau melakukan audit etika reguler untuk mengevaluasi sejauh mana nilai-nilai etis diterapkan dalam praktik kerja sehari-hari. Dengan memperoleh umpan balik dari karyawan dan melacak indikator kinerja terkait etika, perusahaan dapat mengidentifikasi area-area di mana mereka mungkin perlu meningkatkan konsistensi antara nilai-nilai etis yang diumumkan dan tindakan nyata mereka (Maria & Maulana, 2022).

Perusahaan harus memberikan insentif yang sesuai untuk perilaku yang sejalan dengan nilai-nilai etis mereka. Ini dapat berupa pengakuan publik, peningkatan karir, atau insentif finansial yang diberikan kepada individu atau tim yang mendemonstrasikan komitmen terhadap nilai-nilai etis dalam tindakan mereka. Dengan mendorong dan memberikan penghargaan atas perilaku yang diinginkan, perusahaan dapat memperkuat budaya yang memprioritaskan integritas dan tanggung jawab di tempat kerja. perusahaan harus memastikan bahwa proses rekrutmen, seleksi, dan evaluasi karyawan mereka sejalan dengan nilai-nilai etis yang diumumkan. Ini berarti mencari karyawan yang tidak hanya memiliki keterampilan dan pengalaman yang relevan, tetapi juga nilai-nilai dan sikap yang sejalan dengan budaya perusahaan. Dengan memilih individu yang cocok dengan nilai-nilai perusahaan, perusahaan dapat meningkatkan kemungkinan konsistensi antara nilai-nilai etis yang diumumkan dan tindakan nyata mereka di tempat kerja.

Perusahaan harus memastikan bahwa ada mekanisme yang efektif untuk menangani pelanggaran nilai-nilai etis atau perilaku yang tidak pantas di tempat kerja. Ini mencakup penyediaan saluran komunikasi yang aman bagi karyawan untuk melaporkan pelanggaran etika, serta penerapan prosedur yang jelas dan adil untuk menangani laporan tersebut. Dengan memberikan perlindungan kepada whistleblower dan memastikan bahwa setiap pelanggaran etika ditangani dengan serius, perusahaan dapat menegaskan komitmen mereka terhadap konsistensi antara nilai-nilai etis yang diumumkan dan tindakan nyata mereka di tempat kerja. Untuk membangun struktur manajemen yang mendukung penerapan nilai-nilai etis. Ini melibatkan pemberian wewenang kepada pemimpin dan manajer untuk menjadi teladan dalam mengimplementasikan nilai-nilai etis di tempat kerja. Pemimpin yang mempraktikkan nilai-nilai etis dalam keputusan dan interaksi sehari-hari mereka memberikan contoh yang kuat bagi karyawan lainnya untuk mengikuti. Dengan memastikan bahwa manajer tidak hanya menyebarkan nilai-nilai etis, tetapi juga menerapkannya dalam tindakan mereka, perusahaan dapat meningkatkan konsistensi antara nilai-nilai yang diumumkan dan tindakan yang diambil di tempat kerja.

Perusahaan dapat menerapkan program pelatihan dan pengembangan karyawan yang berfokus pada pengenalan dan penguatan nilai-nilai etis. Pelatihan ini dapat mencakup studi kasus, peran bermain, dan diskusi kelompok untuk membantu karyawan memahami bagaimana nilai-nilai etis berlaku dalam konteks kerja sehari-hari mereka. Dengan meningkatkan pemahaman dan kesadaran karyawan tentang pentingnya nilai-nilai etis

dalam setiap aspek pekerjaan mereka, perusahaan dapat memperkuat konsistensi antara nilai-nilai yang diumumkan dan tindakan nyata di tempat kerja. perusahaan dapat melibatkan karyawan dalam proses pembuatan keputusan yang berkaitan dengan nilai-nilai etis. Ini dapat dilakukan melalui forum diskusi, kelompok kerja, atau survei yang memungkinkan karyawan untuk menyampaikan pendapat mereka tentang bagaimana nilai-nilai etis dapat diterapkan lebih efektif dalam operasi perusahaan. Dengan melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan, perusahaan dapat memperoleh wawasan tambahan dan mendapatkan dukungan lebih besar untuk implementasi nilai-nilai etis di tempat kerja (Iqbal, 2022).

Perusahaan harus memberikan umpan balik secara teratur kepada karyawan tentang kinerja mereka dalam menerapkan nilai-nilai etis. Ini dapat dilakukan melalui evaluasi kinerja tahunan, umpan balik dari rekan kerja, atau penilaian karyawan yang mencakup dimensi etis. Dengan memberikan umpan balik yang jelas dan konstruktif kepada karyawan tentang sejauh mana mereka memenuhi harapan etis perusahaan, perusahaan dapat mendorong perbaikan berkelanjutan dan memastikan konsistensi antara nilai-nilai yang diumumkan dan tindakan yang dilakukan di tempat kerja. perusahaan harus memperkuat sistem insentif dan reward yang mendukung penerapan nilai-nilai etis di tempat kerja. Ini dapat berupa penghargaan atau bonus untuk karyawan yang menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai etis, serta sanksi atau konsekuensi bagi mereka yang melanggar pedoman etis perusahaan. Dengan menyediakan insentif yang sesuai, perusahaan dapat mendorong perilaku yang diinginkan dan memastikan konsistensi antara nilai-nilai yang diumumkan dan tindakan nyata yang diambil oleh karyawan di tempat kerja (Fadilah, 2020).

KESIMPULAN

Dalam berbagai macam etika dalam perusahaan, terdapat kebutuhan untuk memastikan konsistensi antara nilai-nilai yang diumumkan dan tindakan nyata di tempat kerja. Etika bukan hanya tentang penyampaian nilai-nilai secara lisan, tetapi juga tentang menerapkannya dalam praktik sehari-hari. Perusahaan dapat mencapai konsistensi ini dengan membangun budaya organisasi yang mendukung integritas dan tanggung jawab, memperkuat komitmen manajemen atas nilai-nilai etis, dan melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan etika. Dengan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, perusahaan dapat membangun fondasi yang kuat untuk praktik bisnis yang bertanggung jawab, meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, dan memperkuat reputasi mereka di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkahfi, M. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 1(2), 75-88.
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku bisnis: etika bisnis & perilaku konsumen*. Deepublish.
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis penerapan etika bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaan dagang. *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, 6(02).
- Butarbutar, B. (2019). Peranan etika bisnis dalam bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187-195.
- Fadilah, N. (2020). Peranan Etika Islam Dalam Bidang Bisnis Dan Marketing. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(1), 169-186.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57).
- Iqbal, R. (2022). Digital Marketing Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Mubtadiin*, 8(02).
- Maria, V., & Maulana, A. (2022). Etika Bisnis Di Era Digital Dan Dunia It (Informasi Dan

Teknologi) Dalam Perusahaan Pt. Indofood Tbk. Jurnal Cakrawala Ilmiah, 2(3), 1211-1218.

Nurhalim, A. D. (2023). Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya dalam Kemajuan Perusahaan. Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB), 14(2a), 11-20.

Nurhisam, L. (2017). Etika marketing syariah. IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah, 4(2), 171-193.

Octavia, S. A. (2020). Etika Profesi Guru. Deepublish.