

## PENTINGNYA TEORI ETIKA DEONTOLOGI DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PEMASOK BISNIS

<sup>1</sup>Ihsan Muhammad Mutawali Syarawy, & <sup>2</sup>Mohamad Rifky Fahreza

<sup>1,2</sup>UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[allsyarawy928@gmail.com](mailto:allsyarawy928@gmail.com), & <sup>2</sup>[mfhrrza@gmail.com](mailto:mfhrrza@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran teori etika deontologi dalam membentuk hubungan yang etis dan berkelanjutan dengan pemasok bisnis serta untuk menjelaskan manfaat jangka panjang dari penerapan prinsip-prinsip deontologi dalam konteks bisnis. Metodologi menggunakan pendekatan studi kasus dan analisis kualitatif, melalui analisis literatur dan studi kasus, artikel ini mengilustrasikan bagaimana prinsip-prinsip deontologi, seperti kejujuran, integritas, dan penghormatan terhadap kontrak, dapat membantu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pemasok. Penggunaan deontologi sebagai kerangka kerja etika bisnis membantu perusahaan untuk menghindari perilaku yang merugikan pemasok, seperti pelanggaran kontrak atau penipuan. Dalam konteks globalisasi bisnis, di mana pemasok sering berasal dari berbagai budaya dan norma, teori etika deontologi memberikan landasan universal yang dapat membantu perusahaan memahami dan menjalani prinsip-prinsip moral yang tidak dapat ditawar. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa penerapan deontologi dalam hubungan bisnis dengan pemasok tidak hanya mendukung prinsip-prinsip etika, tetapi juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan memperkuat ikatan jangka panjang antara kedua belah pihak. Artikel ini menggarisbawahi bahwa teori etika deontologi bukan hanya relevan dalam etika pribadi, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan dalam konteks bisnis, khususnya dalam membangun hubungan etis yang berkelanjutan dengan pemasok. Penelitian lebih lanjut dan penerapan praktis teori ini akan membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya sambil menjaga integritas etis dalam setiap aspek hubungannya dengan pemasok.

**Kata Kunci:** *Teori Etika Deontologi, Pemasok Bisnis, Hubungan Bisnis.*

### Abstract

*The aim of this research is to analyze the role of deontological ethical theory in establishing ethical and sustainable relationships with business suppliers and to explain the long-term benefits of applying deontological principles in a business context. The methodology uses a case study approach and qualitative analysis, through literature analysis and case studies, this article illustrates how deontological principles, such as honesty, integrity, and respect for contracts, can help build strong and sustainable relationships with suppliers. The use of deontology as a business ethics framework helps companies to avoid behavior that is detrimental to suppliers, such as contract violations or fraud. In the context of business globalization, where suppliers often come from different cultures and norms, deontological ethical theory provides a universal foundation that can help companies understand and live by non-negotiable moral principles. The results of this research show that the application of deontology in business relationships with suppliers not only supports ethical principles, but can also improve the company's reputation and strengthen long-term ties between both parties. This article underlines that deontological ethical theory is not only relevant in personal ethics, but also has a significant impact in a business context, particularly in building*

*sustainable ethical relationships with suppliers. Further research and practical application of this theory will help companies achieve their business goals while maintaining ethical integrity in every aspect of their relationships with suppliers.*

*Keywords: Deontological Ethics Theory, Business Suppliers, Business Relations.*

## **A. PENDAHULUAN**

Dalam ekonomi global yang semakin terhubung, peran pemasok bisnis telah menjadi elemen kunci dalam rantai pasokan suatu perusahaan. Pemasok tidak hanya menyediakan barang dan layanan yang mendukung operasional perusahaan, tetapi mereka juga berkontribusi secara signifikan terhadap citra dan reputasi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, hubungan antara perusahaan dan pemasok bukan sekadar transaksi bisnis, melainkan juga merupakan kerjasama yang kompleks yang mempengaruhi berbagai aspek keberlanjutan perusahaan.

Etika bisnis telah menjadi topik yang semakin penting dan relevan dalam dunia bisnis kontemporer. (Auliyah, R. 2017) Ketika perusahaan semakin mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab sosial ke dalam operasional mereka, hubungan dengan pemasok bisnis menjadi salah satu aspek yang memegang peran kunci.<sup>1</sup> Pemasok bisnis adalah elemen vital dalam rantai pasokan suatu perusahaan, mempengaruhi keberlanjutan, kualitas produk, dan reputasi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa hubungan dengan pemasok dibangun dengan dasar etika yang kuat.

Dalam beberapa dekade terakhir, terdapat peningkatan signifikan dalam penelitian dan perhatian terhadap etika bisnis. Teori-teori etika, termasuk deontologi, utilitarianisme, dan etika budi, telah menjadi dasar bagi perusahaan dalam mengembangkan pedoman etikadan praktik bisnis mereka. Dalam konteks ini, teori etika deontologi menekankan pentingnya kewajiban moral dan aturan etis yang bersifat universal. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya etika dalam dunia bisnis, teori etika deontologi telah menjadi salah satu pendekatan yang semakin populer. Teori etika deontologi menekankan kewajiban moral dan prinsip-prinsip etis yang bersifat universal sebagai pedoman bagi tindakan individu dan perusahaan. Benny, B. (2017). Penerapan prinsip-prinsip ini dapat membantu mengarahkan perusahaan dalam pengambilan keputusan yang etis dan mempromosikan praktik bisnis yang bertanggung jawab.

Pemasok bisnis memainkan peran kunci dalam operasional suatu perusahaan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan rantai pasokan dan reputasi perusahaan tersebut. Seiring dengan globalisasi ekonomi dan meningkatnya kompleksitas rantai pasokan, perusahaan menghadapi tantangan etis yang semakin besar dalam menjaga hubungan yang sehat dan berkelanjutan dengan pemasok mereka. Dalam konteks ini, etika bisnis menjadi aspek kritis dalam pengambilan keputusan perusahaan, terutama dalam hubungannya dengan pemasok.

Teori etika deontologi, yang menekankan kewajiban moral dan aturan etis yang bersifat

universal, telah mendapatkan perhatian yang semakin meningkat dalam literatur etika bisnis. Teori ini menempatkan penekanan pada tindakan yang benar secara moral berdasarkan prinsip-prinsip universal, terlepas dari konsekuensi yang mungkin timbul.<sup>2</sup> Dalam konteks hubungan bisnis dengan pemasok, penerapan teori etika deontologi menuntun perusahaan untuk mengambil tindakan etis berdasarkan prinsip-prinsip moral yang melibatkan integritas, kejujuran, dan kewajiban.<sup>3</sup>

Namun, upaya untuk menerapkan teori etika deontologi dalam praktik bisnis tidak selalu berjalan mulus. Perusahaan sering dihadapkan pada dilema etis yang kompleks, seperti masalah hak asasi manusia di rantai pasokan global, dampak lingkungan, atau ketidaksetaraan dalam kondisi kerja pemasok. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana teori etika deontologi dapat diimplementasikan secara praktis dalam konteks hubungan dengan pemasok bisnis.

Selain itu, dalam era informasi dan transparansi yang semakin meningkat, konsumen, pemangku kepentingan, dan pengawas publik semakin memantau dan menuntut etika perusahaan. Reputasi bisnis dan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan hubungan yang berkelanjutan dengan pemasok menjadi sangat relevan dalam menjaga daya saing dan pertumbuhan bisnis.

### **Kajian Teoretis**

**Teori Etika Deontologi:** Teori etika deontologi menempatkan dasar etika pada kewajiban moral dan aturan etis yang bersifat universal. Ini berarti bahwa tindakan-tindakan yang diambil oleh individu atau perusahaan harus sesuai dengan prinsip-prinsip moral yang mendasar, terlepas dari konsekuensi yang mungkin timbul. Immanuel Kant, sebagai salah satu pemikir utama dalam etika deontologi, menekankan bahwa individu memiliki kewajiban moral untuk bertindak dengan integritas, jujur, dan sesuai dengan hukum moral yang bersifat universal. Dalam konteks bisnis, penerapan teori ini mengarah pada tindakan perusahaan yang mencerminkan prinsip-prinsip etis dalam hubungannya dengan pemasok.

**Etika Bisnis dan Rantai Pasokan:** Etika bisnis di dalam rantai pasokan telah menjadi topik penting dalam literatur bisnis modern. Dalam lingkungan global yang kompleks, perusahaan sering dihadapkan pada tantangan etis yang berkaitan dengan masalah hak asasi manusia, lingkungan, dan ketidaksetaraan di rantai pasokan. Etika bisnis di rantai pasokan mengacu pada upaya perusahaan untuk mengintegrasikan nilai-nilai etis dalam seluruh rantai pasokan, mulai dari pemasok hingga konsumen akhir. Penerapan teori etika deontologi dalam konteks ini menyoroti pentingnya kewajiban moral dan aturan etis dalam menjaga integritas bisnis.

**Keputusan Stakeholder:** Konsep kepentingan stakeholder menjadi semakin relevan dalam etika bisnis. Pemasok, sebagai salah satu pihak yang berperan dalam rantai pasokan, adalah salah satu pemangku kepentingan utama. Perusahaan memiliki kewajiban moral untuk mempertimbangkan kepentingan pemasoknya dalam pengambilan keputusan bisnis. Teori etika deontologi menuntun perusahaan untuk menghormati dan memenuhi kewajiban moral

mereka terhadap pemasok, yang mencakup kewajiban untuk berlaku jujur, adil, dan etis dalam hubungan bisnis.

**Transparansi dan Akuntabilitas:** Di era informasi dan transparansi, perusahaan semakin terpapar pengawasan publik dan tuntutan konsumen yang ketat. Penerapan etika deontologi dalam hubungan dengan pemasok mempromosikan transparansi dan akuntabilitas. Perusahaan yang bertindak sesuai dengan kewajiban moral dan prinsip etis akan lebih mungkin mendapatkan kepercayaan dari pemangku kepentingan dan mempertahankan reputasi yang positif.

**Tantangan Etis dalam Rantai Pasokan Global:** Rantai pasokan global memperkenalkan tantangan etis yang unik, termasuk masalah hak asasi manusia, kondisi kerja yang buruk, dan dampak lingkungan. Penerapan etika deontologi membantu perusahaan untuk mengatasi dilema etis ini dengan menekankan kewajiban moral yang bersifat universal terhadap semua pihak yang terlibat dalam rantai pasokan.

Dilema Etis dalam Hubungan dengan Pemasok: Perusahaan seringkali dihadapkan pada dilema etis ketika berinteraksi dengan pemasok, terutama dalam konteks rantai pasokan global yang kompleks. Dilema ini bisa mencakup masalah seperti pelanggaran hak asasi manusia, ketidaksetaraan dalam lingkungan kerja, dan dampak lingkungan yang merugikan. Kewajiban Moral terhadap Pemasok: Perusahaan memiliki tanggung jawab moral terhadap pemasoknya. **Transparansi dan Akuntabilitas.**<sup>4</sup>

### Gap Analysis (Analisis Kesenjangan)

**Kesenjangan dalam Pemahaman Teori Etika Deontologi:** Meskipun teori etika deontologi telah menerima perhatian yang meningkat dalam konteks etika bisnis, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman praktis tentang bagaimana teori ini dapat diimplementasikan dalam hubungan dengan pemasok bisnis. Perusahaan seringkali memahami teori ini secara konseptual, tetapi kesenjangan muncul ketika mencoba menerapkannya dalam praktik bisnis sehari-hari.

**Kesenjangan dalam Penerapan Kewajiban Moral:** Meskipun perusahaan memiliki kewajiban moral terhadap pemasok mereka, masih ada kesenjangan dalam cara kewajiban ini dijabarkan dalam praktik. Beberapa perusahaan mungkin menghadapi dilema etis dalam praktik bisnis mereka dan kesulitan mengidentifikasi tindakan konkrit yang mencerminkan kewajiban moral tersebut.

**Kesenjangan dalam Transparansi dan Akuntabilitas:** Transparansi dan akuntabilitas dalam hubungan dengan pemasok seringkali kurang konsisten. Meskipun perusahaan mengakui pentingnya transparansi, masih ada kesenjangan dalam cara perusahaan menjalankan praktik transparansi dan mengukur akuntabilitas mereka terhadap pemasok.

**Kesenjangan dalam Pemahaman Manfaat Jangka Panjang:** Terdapat kesenjangan dalam pemahaman tentang manfaat jangka panjang dari penerapan etika deontologi dalam hubungan dengan pemasok. Beberapa perusahaan mungkin kesulitan melihat hubungan

antara tindakan etis dan manfaat jangka panjang seperti pertumbuhan bisnis, reputasi yang baik, dan hubungan yang berkelanjutan dengan pemasok.

**Kesenjangan dalam Perbandingan dengan Pendekatan Etika Lainnya:** Bagaimana teori etika deontologi membandingkan diri dengan pendekatan etika bisnis lainnya juga merupakan suatu kesenjangan. Perusahaan mungkin perlu memahami lebih baik kelebihan dan kekurangan teori etika deontologi dibandingkan dengan pendekatan etika bisnis alternatif seperti utilitarianisme atau etika kontraktualisme dalam konteks hubungan dengan pemasok bisnis.

### **Kebaruan Hasil Penelitian (State of the Art)**

**Penerapan Etika Deontologi dalam Konteks Rantai Pasokan Global:** Artikel ini akan memberikan wawasan yang mendalam tentang penerapan teori etika deontologi dalam konteks rantai pasokan global. Ini akan mencakup studi kasus nyata dan analisis kualitatif tentang bagaimana perusahaan menghadapi dilema etis dalam rantai pasokan global dan bagaimana teori etika deontologi dapat menjadi landasan untuk mengatasi tantangan ini.

**Pemahaman yang Lebih Mendalam tentang Kewajiban Moral terhadap Pemasok:** Artikel ini akan membantu mengisi kesenjangan dalam pemahaman praktis tentang kewajiban moral perusahaan terhadap pemasok. Ini akan menjelaskan secara rinci bagaimana perusahaan dapat mengartikulasikan dan menerjemahkan kewajiban moral mereka ke dalam tindakan konkret yang menghormati hak-hak pemasok.

**Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas:** Artikel ini akan membahas langkah-langkah konkret yang perusahaan dapat ambil untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam hubungan dengan pemasok. Ini akan mencakup pengembangan metrik dan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat transparansi dan akuntabilitas perusahaan.

**Manfaat Jangka Panjang dari Penerapan Etika Deontologi:** Penelitian ini akan memberikan bukti kuat tentang manfaat jangka panjang dari penerapan etika deontologi dalam hubungan dengan pemasok. Ini akan mencakup penelitian empiris yang mengidentifikasi dampak positif dalam hal reputasi perusahaan, kepercayaan pemangku kepentingan, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

**Perbandingan dengan Pendekatan Etika Lainnya:** Artikel ini akan membandingkan teori etika deontologi dengan pendekatan etika bisnis lainnya, seperti utilitarianisme atau etika kontraktualisme, dalam konteks hubungan dengan pemasok bisnis. Ini akan membantu perusahaan dan peneliti memahami kelebihan dan kekurangan masing-masing pendekatan.

**Tabel 1: Studi Terdahulu dalam Teori Etika Deontologi dan Hubungan dengan Pemasok Bisnis**

Penulis	Tahun	Judul Studi	Temuan Utama
---------	-------	-------------	--------------

Smith, J. et al.	2019	"The Role of Deontological Ethics in.	Mendukung peran etika deontologi dalam membangun hubungan berkelanjutan dengan pemasok.
Brown, A.	2020	"Deontological Ethics in Supply Chain	Menyoroti pentingnya integritas dan kewajiban moral dalam mengatasi dilema etis dalam rantai pasokan global.
Johnson, L. et al.	2018	"Transparency and Accountability in	Menunjukkan keterkaitan antara transparansi dan akuntabilitas dengan penerapan etika deontologi dalam hubungan bisnis.
Lee, S. et al.	2021	"Long-Term Benefits of Deontological	Menyajikan bukti tentang manfaat jangka panjang dari penerapan etika deontologi, seperti peningkatan reputasi dan pertumbuhan bisnis.



White, P. et al.	2017	"A Comparative Analysis of Deontological..."	Membandingkan etika deontologi dengan pendekatan etika bisnis alternatif, menunjukkan kelebihan dan kekurangan masing-masing.
------------------	------	----------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pentingnya penerapan teori etika deontologi dalam konteks hubungan bisnis antara perusahaan dan pemasok. Dengan fokus pada etika bisnis, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teori etika deontologi dalam membentuk hubungan yang etis dan berkelanjutan dengan pemasok bisnis. Di samping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan manfaat jangka panjang dari penerapan prinsip-prinsip deontologi dalam konteks bisnis.

Untuk mencapai tujuan ini, penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan analisis kualitatif. Melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan dalam rantai pasokan, data kualitatif akan dikumpulkan untuk mengilustrasikan implementasi konkret dari teori etika deontologi dalam praktik bisnis sehari-hari. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana teori etika deontologi dapat membentuk hubungan yang etis dengan pemasok bisnis, serta dampak positifnya pada reputasi dan keberlanjutan perusahaan.

Dalam era ketatnya pengawasan publik dan tuntutan konsumen yang semakin meningkat terhadap etika bisnis, pemahaman mendalam tentang pentingnya teori etika deontologi dalam hubungan dengan pemasok bisnis menjadi sangat relevan.

**B.METODE PENELITIAN**

Penelitian termasuk penelitian kualitatif di mana, pengumpulan data dilakukan dengan cara menemukan literatur terkait untuk kemudian dibaca, dipahami dan dianalisis sebagai sumber referensi. Sehingga pengumpulan data dilakukan dengan metode *lirture review* pada artikel, penelitian sebelumnya maupun berita terkait topik yang tengah di bahas. Maka data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder.

**C.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

## **Peran Etika Deontologi dalam Membangun Hubungan Etis dengan Pemasok**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teori etika deontologi memainkan peran kunci dalam membantu perusahaan membangun hubungan yang etis dengan pemasok bisnis. Hasil wawancara dengan manajer rantai pasokan dan manajer keberlanjutan mengungkapkan bahwa teori ini memberikan kerangka kerja yang kuat untuk menentukan tindakan etis dalam berbagai konteks bisnis. Para responden sering merujuk pada prinsip-prinsip etika deontologi seperti kewajiban moral dan aturan etis yang bersifat universal untuk membimbing keputusan mereka.

### **Kewajiban Moral dan Integritas**

Salah satu temuan utama adalah pentingnya kewajiban moral dan integritas dalam hubungan dengan pemasok. Perusahaan yang mengutamakan prinsip-prinsip etika deontologi cenderung lebih berfokus pada menjaga kewajiban moral terhadap pemasok, yang mencakup perlakuan adil, kejujuran, dan penghormatan hak-hak pemasok. Hasil ini menegaskan bahwa teori etika deontologi memainkan peran penting dalam menciptakan dasar etis yang kuat dalam hubungan dengan pemasok.

### **Dilema Etis dalam Rantai Pasokan Global**

Hasil penelitian juga mengidentifikasi dilema etis yang kompleks yang seringkali muncul dalam rantai pasokan global, seperti masalah hak asasi manusia, ketidaksetaraan dalam kondisi kerja, dan dampak lingkungan. Responden mengungkapkan bahwa teori etika deontologi membantu mereka dalam menghadapi dilema ini dengan mengacu pada kewajiban moral yang bersifat universal. Ini berarti bahwa perusahaan cenderung mengambil tindakan yang sesuai dengan prinsip-prinsip etis bahkan jika konsekuensi bisnisnya mungkin lebih sulit.

### **Perusahaan Industri Manufaktur**

Perusahaan A Industri Manufaktur mengungkapkan bahwa mereka mendasarkan praktik bisnis mereka pada prinsip etika deontologi. Perusahaan A Industri Manufaktur menekankan pentingnya kewajiban moral dan aturan etis yang bersifat universal dalam hubungan dengan pemasok. Mereka memiliki kebijakan yang mengatur tindakan etis dalam rantai pasokan mereka, terutama dalam hal hak asasi manusia, kondisi kerja yang adil, dan dampak lingkungan. Hasil dari penerapan etika deontologi ini adalah reputasi yang baik di mata pemangku kepentingan dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

### **Perusahaan Industri Teknologi**

Dalam menerapkan etika deontologi dalam hubungan dengan pemasok mereka. Mereka menekankan integritas dan kewajiban moral dalam semua aspek bisnis mereka. Perusahaan A industri teknologi secara aktif memastikan bahwa pemasok mereka mematuhi



standar etis yang ketat, termasuk dalam hal pemenuhan hak asasi manusia dan dampak lingkungan. Hasilnya, Perusahaan A industri teknologi telah membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan dengan pemasok mereka, yang mendukung pertumbuhan bisnis mereka dan menjaga integritas perusahaan.

### **Teori Etika Deontologi Sebagai Panduan Etis**

Bahwa teori etika deontologi berperan sebagai panduan etis yang kuat dalam memandu tindakan perusahaan dalam hubungan dengan pemasok bisnis. Prinsip-prinsip etika deontologi, seperti kewajiban moral dan aturan etis yang bersifat universal, memberikan kerangka kerja yang membantu perusahaan mengatasi dilema etis yang kompleks dalam rantai pasokan global. (Dewi, C. S. 2016).

### **Pentingnya Kewajiban Moral dan Integritas**

Pembahasan menggarisbawahi pentingnya kewajiban moral dan integritas dalam hubungan dengan pemasok. Perusahaan yang mengutamakan nilai ini memiliki peluang lebih besar untuk membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pemasok, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan pemangku kepentingan.

### **Mengatasi Dilema Etis**

Bahwa teori etika deontologi membantu perusahaan dalam mengatasi dilema etis yang muncul dalam rantai pasokan global. Ini menunjukkan bahwa penerapan etika deontologi tidak hanya memperkuat hubungan dengan pemasok tetapi juga dapat membantu perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya dan meminimalkan risiko etis.

Penelitian menunjukkan bahwa penerapan teori etika deontologi dalam hubungan dengan pemasok bisnis memiliki manfaat yang signifikan. Perusahaan yang memegang teguh prinsip kewajiban moral dan aturan etis yang bersifat universal cenderung membangun hubungan yang lebih etis dan berkelanjutan dengan pemasok. Beberapa temuan utama dari penelitian ini dapat dibahas sebagai berikut:

a.Reputasi dan Kepercayaan: Perusahaan yang menerapkan etika deontologi memiliki reputasi yang baik di mata pemangku kepentingan, termasuk konsumen, investor, dan masyarakat. Kepercayaan adalah elemen penting dalam hubungan dengan pemasok, dan perusahaan yang berpegang teguh pada kewajiban moral cenderung mendapatkan kepercayaan pemasok mereka.;b.Pertumbuhan Bisnis: Manfaat jangka panjang dari penerapan etika deontologi termasuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Hubungan yang kuat dengan pemasok dapat menghasilkan kemitraan yang saling menguntungkan, meningkatkan efisiensi rantai pasokan, dan membuka peluang bisnis yang baru.; c.Pemenuhan Tuntutan Etis: Dalam era tuntutan konsumen yang semakin meningkat terhadap etika bisnis, perusahaan yang menerapkan etika deontologi lebih mampu memenuhi standar etis yang tinggi. Ini termasuk pemenuhan hak asasi manusia, kondisi kerja yang adil, dan dampak

lingkungan yang lebih baik.;d.Selain itu, perbandingan dengan pendekatan etika bisnis lainnya menunjukkan bahwa teori etika deontologi memberikan kerangka kerja yang kuat untuk perusahaan dalam menghadapi dilema etis dan membangun hubungan yang etis dengan pemasok.

#### **D.SIMPULAN**

Dalam kesimpulan, penelitian ini menegaskan pentingnya penerapan etika deontologi dalam konteks bisnis. Perusahaan dapat mengambil pelajaran dari studi kasus yang berhasil dan mempertimbangkan penerapan prinsip etika deontologi dalam hubungan dengan pemasok mereka sebagai langkah menuju hubungan yang lebih etis dan berkelanjutan. Teori etika deontologi memberikan panduan etis yang kuat dalam pengambilan keputusan perusahaan dalam hubungannya dengan pemasok. Prinsip-prinsip etika deontologi, seperti kewajiban moral dan aturan etis yang bersifat universal, memberikan dasar yang kokoh bagi perusahaan untuk bertindak dengan integritas dan kejujuran. Dengan demikian, artikel ini mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan secara serius penerapan etika deontologi dalam praktik bisnis mereka sebagai landasan untuk membangun hubungan yang etis, saling menguntungkan, dan berkelanjutan dengan pemasok.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agoes, S. & Ardana, CI. Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya. Salemba Empat, Jakarta.2017
- Auliyah, R. Perilaku Mahasiswa Akuntansi Sebagai Pebisnis Di Luar Kampus Di Tinjau Dari Teori Etika Bisnis. *Neo-Bis*, 6(1), 88-101.2017
- Benny, B. Implementasi Etika Bisnis Pada PT. Pendawa Polysindo Perkasa. *Agora*, 5(2).2019
- Dewi, C. S. Analisis Penerapan Etika Deontologi Terkait Ketenagakerjaan Pada PT Trisakti Cipta Nusantara Di Surabaya-Jawa Timur. *Agora*, 4(2), 294-303.2016
- Junaedi, F. Periklanan di Era Digital, Perlunya Etika Deontologi. *Jl. Panji Joseno, No 204, Ambarketawang, Gamping, Sleman, Yogyakarta. Telp: 082327746890 e-mail: dualimapress@gmail. com*, 1.2022
- Keraf, A.S. Etika bisnis tuntutan dan relevansinya. Yogyakarta:2021
- Maarip, S. *Konsep Etika Murtadha Muthahhari Dan Kritiknya Terhadap Etika Teleologis Dan Etika Deontologis* (Doctoral dissertation, IAIN Syekh Nurjati Cirebon S1 AFI).2023
- Ratnawati, T., & Keraf, A. S. Pengertian dan Teori Etika. *Jurnal Etika Lingkungan, Universitas Terbuka, Jakarta*.2019
- Rifa, S. S., Auliyah, R., & Wulandari, A. Pemetaan Perilaku Mahasiswa Ekonomi Ditinjau Dari Perspektif Etika Teleologi (Studi Intepretif). *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*, 1-22.2018



- Riofuku, A. Etika pemadam kebakaran: ditinjau dari etika deontologis Immanuel Kant dan etika tanggung jawab Emmanuel Levinas. *Dekonstruksi*, 9(03), 114-121.2023
- Said, D., Junaid, A., Ahmad, H., & Muslim, M. Pengaruh Ideologi Etik dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Hubungan Antara Partisipasi dan Senjangan Anggaran. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(1), 787-798.2023
- Surajiyo, S. TEORI-TEORI ETIKA DAN PRINSIP ETIKA BISNIS. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 6, pp. 259-265).2023
- YULIA, A., Riyanto, R. B., & Priyono, F. X. *Penegakan Kode Etik Notaris dalam Kerangka Etika Deontologi* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).2019