

ANALISIS PENERAPAN TEORI ETIKA BISNIS TERHADAP BISNIS DIGITAL DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT 5.0

¹Leni Oktaviani, & ²Melia Widiastuti

^{1,2}UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: 1oktavianileni40@gmail.com, & 2meliawidiastuti04@gmail.com

Abstrak

Beberapa problematika digital bisnis di era modern atau masyarakat 5,0 sangatlah bervariasi. Contohnya permasalahan bisnis atas dasar norma, perilaku, penggunaan atau pemanfaatan seseorang. Perlu dilakukan analisis mengenai masalah tersebut dengan menggunakan perspektif etika dalam dunia bisnis. Etika bisnis mencakup metode pelaksanaan aktivitas bisnis yang sejalan dengan norma-norma yang berlaku. Metode deskriptif yang bersifat kualitatif dari sumber informasi dan problematika bisnis yang terkait, seperti pelanggaran etika transaksi online yang melanggar keadilan, kejujuran dan kepercayaan dalam bisnis digital. Selain itu, penulis menghubungkan etika bisnis dengan beberapa teori bisnis berdasarkan sejarah revolusi bisnis. Sehingga, kita bisa mengetahui apa saja kasus bisnis digital beserta peranannya di era masyarakat 5.0.

Kata Kunci : *Bisnis Digital, Manajemen, Teori Etika Bisnis.*

Abstract

Several digital business problems in the modern era or society 5.0 vary greatly. For example, business problems are based on a person's norms, behavior, usefulness or utilization. This problem needs to be analyzed using an ethical perspective in the business world. This business method is in accordance with applicable norms. Qualitative descriptive method from information sources and related business problems, such as violations of online transaction ethics that violate fairness, honesty and trust in digital business. In addition, the author connects business ethics with several business theories based on the history of business revolutions. So, we can find out what digital business cases are and their role in the era of society 5.0

Keyword: *Digital Business, Management, Business Ethics Theory.*

A. PENDAHULUAN

Pertemuan mengenai etika dalam era bisnis 5.0 terkait dengan kemajuan pesat kemampuan manusia dalam sektor ekonomi. Dalam sejarah, terdapat catatan empat ribu empat ratus empat puluh empat (4.444) lompatan dalam produksi yang terjadi dalam tiga fase revolusi industri. Perjalanan revolusi industri manusia ini terbagi menjadi empat generasi yang berbeda. Generasi pertama, atau yang dikenal sebagai Revolusi. Abad 18 ditemukan mesin uap oleh James Watt sebagai generasi pertama. Generasi kedua ditandai oleh penemuan pembangkit listrik dan mesin pembakaran dalam (ruang bakar). Inovasi membuat perubahan besar dalam aktivitas manusia, membentuk wajah dunia yang lebih modern pada berbagai teknologi seperti pesawat terbang, telepon dan kendaraan bermotor. Era ini juga mengenalkan model manajemen lini produksi yang

membawa peningkatan produktivitas yang signifikan. Kemudian, Adapun tahun 1969 generasi ketiga, muncullah koneksi internet dan digital yang mulai krusial dan menjadi penentu bagi berbagai transformasi dunia. ¹

Dalam pandangan Immanuel Kant, etika bertujuan untuk memicu kesadaran manusia agar bertindak secara sukarela dan menguasai diri sendiri, tidak terpaku pada perbedaan. Etika hadir untuk membantu individu bertindak secara bebas sambil tetap bertanggung jawab. Kant mengidentifikasi tiga bidang filsafat Yunani: fisika, logika serta etika. Pengertian dan proporsi termasuk ke bagian logika, karakteristik alamiah termasuk fisika, sementara revolusi industri 5.0 mewakili implementasi kecerdasan buatan AI untuk hidup berkualitas dan meningkat. Kehadiran kecerdasan buatan diharapkan mampu menciptakan harga yang lebih terjangkau, produktivitas, biaya stabil, efisien, komunikasi serta kelancaran rantai pasokan logistik. Dampaknya akan menyebabkan penurunan biaya perdagangan, membuka peluang pasar baru, dan merangsang pertumbuhan perekonomian.

Era Society 5.0 adalah tahap evolusi teknologi yang mengubah pola bisnis masyarakat dengan perbedaan signifikan dalam skala, ruang lingkup, kompleksitas, dan transformasi bila dibandingkan dengan pengalaman. Inti dari revolusi keempat adalah menggabungkan jenis seperti sistem, proses kerja dan mesin melalui penggunaan jaringan cerdas dalam tahapan produksi untuk mencapai otonomi. Perkembangan yang cepat mempengaruhi perilaku manusia akan permintaannya, sehingga inovasi muncul melalui kesempatan pekerjaan dan bisnis pesat. Menurut Andreja (2017), pertemuan kedua revolusi adalah langkah konkret menuju kemajuan informasi yang semakin kompleks dan perkembangan teknologi. Meskipun keduanya memiliki karakteristik yang berbeda, esensi dari keduanya tetap sama, yaitu berkaitan dengan teknologi. (Rojko 2017)²

B. METODE PENELITIAN

Studi penelitian menggunakan metode deskriptif melalui sumber dari jurnal, internet, buku, dan referensi lainnya untuk mendukung pemecahan masalah yang dirumuskan. Pendekatan kualitatif deskriptif mengarahkan untuk menyelidiki, menggambarkan kondisi sosial yang menjadi fokus studi sistematis dan mendalam. Menurut kutipan dari Lexy J. Moleong yang merujuk pada Bogdan dan Taylor, pendekatan kualitatif merupakan suatu teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang dituliskan atau diucapkan oleh individu, serta perilaku yang diamati. Peristiwa yang diperoleh yaitu bersifat kesosialan yang memungkinkan partisipan untuk mengekspresikan perasaan dan persepsi mereka dalam konteks penelitian. Pendekatan kualitatif sebagai acuan informasi akan pengajuan judul "Analisis penerapan teori etika bisnis digital dalam menghadapi masyarakat 5.0".

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Etika

Etika mengacu pada serangkaian aturan atau norma yang berperan sebagai pedoman Tindakan individu dalam lingkungan sosial, terkait dengan konsep baik dan buruk. Beberapa juga mendefinisikan etika sebagai ilmu yang menangani nilai-nilai moral dan cara manusia bersikap dalam interaksi sosial mereka, yang mencakup prinsip-prinsip serta aturan tentang perilaku yang tepat. Etika merujuk pada tanggung jawab serta kewajiban karakter bagi individu saat bertindak di lingkungan sosial. Secara bahasa, "etika" dari Bahasa Yunani "Ethikos" mengindikasikan asal usul dari pekerjaan. Konteks ini tentunya, mempertimbangkan pandangan normatif pada manusia dan tindakannya. Pandangan para ahli mengenai etika diantaranya :

- Soergarda Poerbakawatja menggambarkan etika sebagai sebuah disiplin ilmu yang memberikan arahan serta dasar bagi tingkah laku individu.
- Ahmad Mustafa memandang kajian terhadap perilaku baik dan buruk, mempertimbangkan pemahaman manusia tentang tindakan serta pikiran mereka.
- K. Bertens merujuk pada kumpulan prinsip moral yang mempengaruhi cara individu atau sekelompok orang dalam bertindak.
- James dan Spillane menitikberatkan pada pengamatan tingkah laku individu dalam mengambil kesimpulan yang berhubungan dengan integritas. Etika merupakan penerapan pemikiran yang objektif untuk menilai kebenaran, kesalahan, dan perilaku terhadap individu lainnya
- Burhanudin melihat sebagai filsafah prinsip dan standar moral yang mengatur perilaku dan keputusan individu dalam kehidupan mereka.
- Poerwadarminto mendefinisikan sebagai penilaian tingkah laku suatu individu melalui akalanya.

Perkembangan etika terjadi saat manusia memperhatikan pertimbangan moral dalam pikiran alamiahnya. Kita merasakan keinginan untuk perenungan karena seringkali pandangan etis kita berbeda dengan pandangan orang lain. Etika diperlukan agar kita dapat mengetahui Tindakan yang terjadi. Tidak semua penilaian terhadap tindakan dapat dianggap sebagai etika secara metodologis. Etika membutuhkan pendekatan analitis, terstruktur, dan teratur dalam proses refleksi. Oleh karena itu, disiplin ini dianggap sebagai bidang ilmu. Meskipun menekankan perilaku manusia seperti bidang ilmu lainnya, etika memiliki sudut pandang evaluatif yang menilai tindakan manusia dari segi moral baik dan buruknya (Agung 2020).³

2. Pengertian Etika Bisnis

Secara esensial, etika merujuk pada asas dan dasar yang terlibat terhadap pelaksanaan kegiatan bisnis, melibatkan aspek-aspek yang melingkupi perseorangan, perseroan, pabrik, dan sosial yang menyeluruh. Tentunya melibatkan cara menjalankan bisnis dengan keadilan, mematuhi peraturan, serta tanpa tergantung pada kedudukan individu atau perusahaan dalam masyarakat. Etika merujuk pada penelitian yang terfokus pada pertimbangan moral yang tepat atau tidak benar. Penelitian difokuskan pada aturan moral yang diterapkan dalam kebijakan, lembaga, dan tindakan yang terjadi

di lingkungan bisnis. Moral ini tidak hanya mempelajari norma yang resmi, melainkan juga bagaimana norma-norma tersebut diimplementasikan ke dalam sistem dan struktur organisasi yang digunakan dalam masyarakat modern untuk menghasilkan serta mengedarkan produk dan layanan kepada individu-individu yang ada di dalam organisasi itu. Lebih dari sekadar mematuhi peraturan norma membentuk penilaian maksimum dari penilaian minimum yang diatur oleh norma, karena seringkali dalam bisnis terdapat area-area yang tidak diatur oleh peraturan hukum. (Agung 2020) ⁴

3. Tujuan dan Fungsi Etika Bisnis

Adapun tujuannya adalah menjalankan usaha secara adil sekaligus mematuhi hukum yang telah ditetapkan. Selain itu, tujuannya juga termasuk mengurangi ketergantungan pada posisi individu atau perusahaan tertentu. Etika bisnis mempunyai cakupan yang besar pada peraturan norma yang berlaku. Serta, dalam perbandingan dengan nilai minimum oleh norma menjadi penilaian maksimum. Ini disebabkan oleh adanya aspek-aspek dalam dunia bisnis yang sering kali berada pada kondisi tidak tentu peraturan norma. Adapun perannya seperti mengurangi potensi konflik serta gesekan internal atau eksternal menyebabkan kerugian finansial.

Di samping itu, penerapan etika bisnis juga memiliki peran penting dalam memotivasi karyawan untuk terus meningkatkan kinerja, melindungi prinsip-prinsip kebebasan berdagang, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Secara umum, perilaku kurang etis dari sebuah perusahaan berpotensi mendorong konsumen untuk memberikan reaksi yang merugikan. Ini dapat berupa larangan terhadap produk tertentu, gerakan boikot, atau respons serupa yang pada akhirnya bisa mengakibatkan penurunan nilai jual serta reputasi perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang mendasarkan operasinya pada etika bisnis akan cenderung mendapat tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Inilah beberapa aspek yang menjadi perhatian dalam pemahaman tentang konsep etika bisnis (Hanun 2020) ⁵

4. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Keraf (1998) menguraikan dasar-dasar bisnis dengan maksud memberikan panduan tentang langkah-langkah bisnis seperti :

- Prinsip Otonomi, yang menekankan pentingnya kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab. Setiap entitas ekonomi diharapkan mampu membuat keputusan dan bertindak sesuai dengan kapabilitas dan keyakinannya sendiri, tanpa tekanan, motivasi eksternal, atau ketergantungan pada orang lain.
- Prinsip Kejujuran, yang menekankan pentingnya konsistensi antara pemikiran, ucapan, dan tindakan. Semua kesepakatan, kontrak, dan perjanjian bisnis harus dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan yang sudah disepakati
- Prinsip Keadilan, yang menjamin bahwa setiap pihak harus diperlakukan secara adil, menghindari diskriminasi dalam aspek perundang-undangan dan lain-lain.
- Prinsip Mutualisme, yang menekankan pentingnya prinsip "win-win" dalam kegiatan bisnis. Ini menyiratkan bahwa kesimpulan dan langkah bisnis diambil

dengan mempertimbangkan manfaat bagi semua pihak terlibat.

- Prinsip Integritas Etis, yang menekankan pentingnya tidak menyebabkan kerugian pada individu dalam setiap pengambilan kesimpulan dan langkah bisnis serta menghormati martabat individu lainnya

Kinerja sebuah perusahaan tidak hanya dinilai dari tingkat keuntungannya, melainkan juga melibatkan komitmen terhadap nilai-nilai etika, pelayanan, mutu, serta tanggung jawab sosial. Menyisipkan praktik etis dalam operasional bisnis bisa dianggap sebagai strategi jangka panjang yang optimal. Jika mematuhi dasar bisnis diatas, para pelaku bisnis dapat menjaga kepercayaan konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Adapun, akreditasi perusahaan memiliki peran yang harus dibina serta dijaga agar dapat meraih keuntungan jangka panjang (Nurseto, 2018). Terkait dengan keberlanjutan dalam ranah bisnis. Sebagaimana, Muklis menyatakan keuntungan, termasuk menyesuaikan kebutuhan esensial perusahaan melalui pedoman etika, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bagaimana bisnis sejalan dengan moralitas. (Triantoro 2018) ⁶

5. Teori Etika Bisnis

- a. **Teori Utilitarianisme**, dimulai oleh beberapa tokoh seperti Jeremy dan Stuart, mengemukakan prinsip-prinsip seperti: 1) Bertindaklah agar tindakanmu menghasilkan kebahagiaan maksimal bagi sebanyak mungkin orang yang terdampak oleh tindakan tersebut (manfaat bagi mayoritas). 2) Berorientasi pada perhitungan untung-rugi (berorientasi pada profit). 3) Kebahagiaan dianggap sebagai suatu konsep yang dapat diukur secara kuantitatif. Namun, teori ini mendapat kritik terkait keadilan, kesesuaian dengan HAM, dan sulitnya mengukur seberapa besar kebahagiaan yang dihasilkan.
- b. Teori Deontologi yang dikemukakan oleh Immanuel Kant menekankan prinsip-prinsip seperti: 1) Tindakan haruslah diterapkan sebagai prinsip yang berlaku secara umum. 2) Pentingnya patuh terhadap aturan dan menjalankan kewajiban sebagai bagian dari hukum moral. 3) Individu semakin berkembang menjadi dirinya yang sesungguhnya melalui memberi kepada orang lain sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. 4) Memandang kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan di akhirat.
- c. Teori Etika Keutamaan (Virtue Ethics) menekankan prinsip-prinsip moral seperti: 1) Penerapan prinsip moral yang universal, harus tercermin dalam seluruh aspek kehidupan. 2) Menyusun kumpulan nilai, norma, dan aturan yang bersifat universal, antara lain: kejujuran, keadilan, tanggung jawab, keberanian moral, empati, kesetaraan, realistis, rendah hati, serta penghargaan terhadap diri sendiri dan orang lain. (Santoso 2020)⁷

6. Peran dan Manfaat Etika Bisnis

- Manusia berada pada konteks perilaku, agama, norma, tatakrama, tradisi dan regulasi. Hal ini menyiratkan bahwa manusia harus bersedia mengorbankan sebagian kecil kebebasannya demi mematuhi aturan tersebut.

- Manusia memiliki kebebasan untuk bertindak sesuai dengan kesadaran mereka akan tanggung jawabnya - yang disebut sebagai tindakan manusiawi, bukan tindakan mekanis. Kepatuhan terhadap norma moral berarti patuh pada diri sendiri, yang memungkinkan manusia untuk bersifat otonom dan tidak terpengaruh oleh otoritas eksternal.
- Meskipun terdapat norma-norma hukum yang berlaku, etika tetaplah penting. Norma-norma hukum seringkali tidak mampu mencakup area abu-abu, cenderung tertinggal dalam perkembangan zaman, dan seringkali tidak mampu mengantisipasi dampak etis di masa depan. Etika mengharuskan pemahaman dan perhatian terhadap nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan prosedur yang adil bagi individu dan masyarakat. Prinsip legalitas harus sesuai dengan prinsip moralitas
- Peranan perilaku termasuk mendorong individu untuk mengambil keputusan secara kritis dan rasional dengan otonomi, serta mengarahkan kemajuan masyarakat menuju kondisi yang teratur, damai, dan sejahtera. Diperlukan kewaspadaan terhadap kecenderungan bahwa "kekuasaan cenderung memunculkan korupsi", "tujuan membenarkan cara" serta gaya kepemimpinan ala Machiavelli, yang bisa kasar seperti predator yang kuat dan licin dalam strateginya (Agung 2020) ⁸

7. Era Masyarakat 5.0

Pemerintah Jepang mengartikan masyarakat 5.0 sebagai suatu konsep yang menekankan pada keterhubungan dalam masyarakat yang mampu mengharmonisasikan kemajuan ekonomi dan menyelesaikan permasalahan sosial dengan memanfaatkan integrasi antara sistem dunia siber. Fukuyama, konsep masyarakat kelima dijelaskan secara detail. Ide ini sudah dimasukkan dalam Rencana Dasar Sains dan Teknologi Kelima oleh Dewan Sains dan Teknologi dan telah disetujui oleh Kabinet pada Januari 2016.

Selain itu, evolusi menjelaskan kesosialan yang didasarkan pada peristiwa peradaban kehidupan. Definisi Sosial evolusi pertama adalah ketika individu berkumpul dan berburu bersama, hidup beriringan dengan alam sejak permulaan manusia. Society 2.0 terbentuk ketika kelompok-kelompok didasarkan pada kebudayaan dan peradaban pertanian, yang mengatur serta membangun negara, dimulai sejak 13.000 tahun SM. Era Perusahaan 3.0 merupakan masa di mana perusahaan mendorong lahirnya revolusi industri dari generasi pertama. Generasi keempat melalui kesadaran penilaian atas melalui penggabungan kepemilikan yang menghasilkan jaringan informasi sejak abad ke-20. Di tahap ini, Masyarakat 5.0 menjadi lanjutan dari Masyarakat 4.0, menuju masyarakat yang lebih Makmur. Berbagai wilayah menerapkan istilah yang berbeda seperti Eropa akan Industri 4.0, Amerika Utara merujuk ke Digital Industri, Asia mengacu pada konsep *Smart City*, Tiongkok memakai "*Made in China 2025*," dan di Jepang, konsep ini dikenal sebagai Masyarakat 5.0. Transformasinya berpusat pada digitalisasi yang didorong oleh Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan, robotika, big data, dan teknologi rantai

blok. Nakanishi dan Kitano (2018, 4-5) juga menggarisbawahi hal serupa. Di dalam Masyarakat 5.0, terdapat penekanan pada penciptaan nilai baru melalui inovasi yang mengurangi batasan wilayah, umur, bahasa dan gender, sehingga penyampaian produk atau layanan lebih khusus secara individual. (Rezky 2019) ⁹

8. Bisnis di Era Masyarakat 5.0

Society 5.0 merujuk pada pandangan masa depan oleh pemerintah Jepang untuk meningkatkan kesejahteraan sosial. Visi ini menggabungkan teknologi guna seimbang antara pertumbuhan ekonomi dengan penyelesaian isu-isu sosial yang fokus pada kebutuhan manusia serta menyederhanakan segala aspek kehidupan manusia. E-commerce, sudah ada sebelum Society 5.0, juga bertujuan untuk mempermudah transaksi bisnis. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa Society 5.0 serta e-commerce memiliki tujuan yang serupa, namun perlu dibahas lebih lanjut dengan mempertimbangkan kerangka, skala, dan perkembangan teknologi. Dalam Society 5.0, semua aktivitas manusia sangat tergantung pada teknologi yang sudah menjadi kebutuhan esensial dalam berbagai aspek kehidupan, yang terintegrasi melalui smartphone. Dalam berbisnis, masyarakat mengandalkan teknologi dan tidak lagi memilih transaksi bisnis secara konvensional. Hal ini mengindikasikan bahwa e-commerce menjadi semakin diminati dalam transaksi bisnis, menawarkan prospek yang semakin menjanjikan.

Dalam konteks e-commerce, individu (people) adalah paruhan integral di era Society 5.0. Peraturan dan regulasi ranah e-commerce diadaptasi sesuai dengan perkembangan teknologi dan pemakaian yang terjadi dalam era Society 5.0. Promosi serta iklan pada platform e-commerce dalam era Society 5.0 akan menjadi lebih teradaptasi dari kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, dukungan layanan peralatan, sistem tunai, serta perlindungan jaringan pada era Society 5.0 ditingkatkan dengan teknologi IoT, kecerdasan buatan, komputasi awan, drone, robot, serta sensor. Hal ini akan memudahkan dukungan layanan di e-commerce, terutama dalam aspek keamanan. Dari perspektif kemitraan bisnis di ranah e-commerce, era Society 5.0 akan memfasilitasi kerja sama kemitraan dengan lebih mudah, memanfaatkan teknologi IoT dan realitas campuran (mixed reality). Dimensi teknologi e-commerce seperti ubiquity, global reach, dan universal standards di era Society 5.0 sudah menjadi hal yang umum karena internet telah menjadi gaya hidup yang memungkinkan akses ke berbagai negara. Dalam konteks ini, e-commerce sangat didukung dan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi. Selain itu, richness, pada era Society 5.0, pertumbuhan konten e-commerce akan meningkat karena kreativitas dan inovasi masyarakat dalam membuat konten semakin berkembang, meningkatkan keragaman konten dalam e-commerce. Selain itu, dalam masa Society 5.0, interaksi antarindividu akan semakin lancar melalui pemanfaatan teknologi realitas virtual, realitas tambahan, serta realitas campuran, yang akan berdampak positif pada pertumbuhan e-commerce. Selanjutnya, tingkat informasi yang terkait dengan e-commerce semakin tinggi di era Society 5.0 karena adanya teknologi big data, cloud, dan kecerdasan buatan, yang

memberikan manfaat besar bagi perkembangan dan kelangsungan e-commerce.

Pada era Society 5.0, adopsi teknologi sosial meningkat, yang menghasilkan interaksi yang lebih tinggi antara masyarakat melalui platform teknologi. Sehingga memiliki potensi untuk mempercepat pertumbuhan e-commerce. Berdasarkan analisis kerangka, dimensi, dan teknologi yang terhubung antara e-commerce dan Society 5.0, dapat disimpulkan bahwa e-commerce memiliki kesesuaian tujuan dan keterkaitan yang sejalan. Tujuan utama e-commerce adalah untuk menyederhanakan kehidupan sosial serta dari segi teknologi, e-commerce menjadi penyesuaian akan perkembangan teknologi yang di dalam Society 5.0. (Rezky2019).¹⁰

9. Problematika Bisnis digital dan peran etika bisnis dalam menghadapinya

1) Pelanggaran etika bisnis oleh pembeli

Maulidiya melaporkan dalam industri belanja online, ditemukan sejumlah kasus perilaku norma oleh 4.444 pembeli yang berusaha memanfaatkan teknologi canggih saat ini. Pelanggaran tersebut meliputi tindakan kejahatan seperti penipuan melalui toko online palsu atau pembelian palsu yang merugikan pelanggan. Tidak hanya itu, ada juga insiden penipuan yang dilakukan oleh sejumlah pelanggan kepada pemilik toko online, seperti yang dialami oleh Shofi Amalih Majid (23 tahun). "Ada seseorang yang menipu ketika hendak membeli barang dari toko saya, mengklaim telah mentransfer uang untuk pembelian ke Bangka Belitung. Namun, setelah saya meminta bukti transfer, dia mengirimkan foto yang mencurigakan dari bukti transfer bank Mandiri," ungkapnya pada Selasa (11/7/2017). Majid menegaskan adanya keanehan dalam bukti transfer tersebut, di mana penulisannya tidak terlihat sesuai standar yang seharusnya.

Alangkah baiknya jika sobat Olshop yang lain lebih jeli jika kejadian serupa menimpa. @shofiamaliahmajid pemilik akun Instagram menambahkan: "Soalnya ada beberapa teman yang kena scam juga. Shofi mengatakan Bank tidak bisa mempersulit seseorang dalam bertransaksi. hanya menerima transfer uang. "Di sana dia kirimkan cara memasukkan OTP, padahal itu alat transfernya. Saya diminta untuk memilih bahasa Inggris sehingga tidak menyadari dia menambahkan uang ke akun saya. Dan OTP untuk jumlah sebenarnya adalah jumlah yang akan saya setorkan. "Ternyata nomor OTP 1234567 yaitu yang artinya saya transfer Rp 1 juta 234 567 ribu," jelasnya. Setelah pembaruan status, rupanya rekannya juga kena tipu. " betul, kalau begitu kalian teman-teman bilang sudah berangkat ke sana, dengan membayar biaya sebesar Rp 4 juta 500 ribu. "Penipu menargetkan 4.444 toko online baru yang belum berpengalaman," tambahnya.

Kasus tersebut menunjukkan urgensi etika bisnis dalam menghadapi era bisnis digital saat ini, di mana akses yang mudah ke segala jaringan dapat memperkuat potensi tindak kejahatan. Hal ini terkait dengan prinsip-prinsip teori keutamaan (virtue ethics) seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kepercayaan. Dalam kasus tersebut, pembeli telah melakukan tindakan kejahatan dalam bentuk penipuan yang merugikan pihak penjual. Selain itu, pelaku telah melanggar etika bisnis dengan pendekatan teori

utilitarianisme karena bertindak tidak adil dan merugikan kebahagiaan penjual. Selanjutnya, pembeli juga melanggar Teori Deontologi/kewajiban. Dengan melakukan penipuan, pembeli melanggar ajaran agama dan tindakan tersebut akan dipertanggungjawabkan di akhirat.

2) Pelanggaran etika bisnis oleh penjual

Pelanggaran yang Dibuat oleh Penjual Layong terungkap setelah investigasi kelompok gabungan Reskrim Resmob dan Opsnal Intelkam Polsek Pelabuhan Makassar menangkap dua siswa dari Kabupaten Sidrap yang diduga terlibat dalam kasus penipuan melalui aktivitas bisnis online. Pada Rabu (29 Agustus 2018), Harum Wijaya dan Huldy Rivaldi Harifuddin ditangkap. Harum, yang dicurigai oleh polisi karena diduga meniru akun Instagram toko kamera bekas online pada tanggal 14 Agustus 2018. Korban, Melia, seorang karyawan di salah satu toko MTC Karebosi, merasa terganggu akibat penipuan tersebut. Pada saat itu, polisi menangkap pelaku kebohongan online, Huldy, yang menjadi buronan sejak Februari tahun sebelumnya. Menurut fakta yang diperoleh pelaku memanfaatkan rekening BNI Neni Nurhae melakukan penipuan terhadap korban. Benny menjelaskan bahwa Huldy adalah bagian dari jaringan penipuan online yang aktif sejak 12 Februari. Sebagai Daftar Pencarian Orang (DPO), perannya adalah menarik uang dari rekening setelah korban mengirimkan barangnya.

Berdasarkan dasar etika bisnis, pembeli tersebut melanggar beberapa dasar, seperti otonomi, kejujuran, prinsip mutualisme, serta integritas etika. Dalam kejadian ini, tampaknya pembeli secara tidak langsung berusaha memaksa penjual untuk mengikuti keinginannya. Dia mungkin berharap agar penjual terperdaya dan melakukan transfer uang menggunakan kode OTP. Seorang penjual seharusnya bebas untuk membuat keputusan dan bertindak sesuai dengan keyakinannya tanpa tekanan, pengaruh luar, atau ketergantungan pada orang lain. Selain itu, pembeli telah melanggar prinsip kejujuran dengan memberikan bukti transfer palsu dan mengklaim telah mentransfer uang kepada penjual. Prinsip menang-menang juga dilanggar dalam kasus ini karena hanya pembeli yang akan mendapat keuntungan, sementara penjual akan mengalami kerugian jika tertipu. Beruntungnya, Penjual memiliki pengalaman yang memadai sehingga sulit untuk diperdaya. Terakhir, pembeli melanggar prinsip integritas moral dengan tujuan merugikan penjual dan tidak menghormati martabat atau kehormatan penju. (Triantoro 2018)¹¹

D. KESIMPULAN

Dalam ranah etika bisnis, etika merujuk pada serangkaian norma dan regulasi yang menjadi panduan bagi perilaku dalam masyarakat, mengenai kriteria baik dan buruk. Banyak ahli yang memberikan definisi tentang etika seperti Soergarda Poerbakawatja, Mustafa, Bertens, James dan Burhanudin. Prinsip-prinsip dalam etika bisnis diantaranya otonomi, keadilan, kejujuran integritas moral dan saling menguntungkan. Di era masyarakat 5.0, bisnis menekankan penggunaan teknologi untuk

Copyright © 2024 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

meningkatkan kesejahteraan masyarakat. E-commerce menjadi aspek penting dalam era ini, memfasilitasi transaksi bisnis secara efisien yang memiliki dimensi diantaranya *ubiquity, richness, information density, social technology, global reach, interactivity, dan personalization/customization*. Namun, bisnis digital juga menghadapi tantangan dalam hal etika bisnis, khususnya dalam kasus pelanggaran etika oleh pembeli dan penjual. Kasus tersebut seperti penipuan yang melanggar kepercayaan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Widyani. 2020. *ETIKA BISNIS PERSPEKTIF TEORI DAN PRAKTIS*. BADUNG BALI INDONESIA: CV. Noah Aletheia.
- Hanun, Sigit Hermawan dan Nur Ravita. 2020. *ETIKA BISNIS DAN PROFESI*. SIDOARJO: IndomediaPustaka.
- Rezky, Monovatra Predy. 2019. "Generasi Milenial Yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5.0 dan Revolusi Industri 4.0) di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia." *SEMNAS PASCA SARJANA UNNES* ISSN 2686-6404.
- Rojko, Andreja. 2017. "Industry 4.0 Concept: Background and Overview." *International Journal of Interactive Mobile Technologies*.
- Santoso, Thomas. 2020. *Etika Bisnis*. SURABAYA: CV. Pustaka Saga.
- Triantoro, Anggi. 2018. "Kajian Etika Bisnis dalam Praktik Bisnis Online di Indonesia Melalui Studi Kasus dari Perspektif penjual, Pembelian, dan Penyedia Layanan Online Markeplace." *Institut Teknologi Bogor*.