

Penerapan Etika Bisnis Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Usaha Kontraktor Bangunan CV. Barakallah

Ni Kadek Dwita Suardianti¹, Hautami Nadia Zahratul², Ghanis Bintang Desyanur³,
Mai Lidya⁴, Yennita Astarini⁵

¹²³⁴⁵ Fakultas Hukum Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

Email Korespondensi: nikadekdwita07@gmail.com

Abstract : *The application of Business Ethics and Corporate Social Responsibility has an important role in forming a company that is strong and has high competitiveness. Ethical business is the foundation of good business principles, this includes superior and sustainable business performance through compliance with applicable ethical and legal guidelines. The Corporate Social Responsibility Program is also one of the obligations that must be carried out by companies in accordance with the contents of Article 74 Paragraph 1 of Law Number 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies. This is because, in building a business it must also provide benefits that can be felt by the business environment and society.*

Keywords: *Application, Business Ethics, Corporate Social Responsibility, Compliance*

Abstrak : Penerapan Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility memiliki peranan yang penting dalam membentuk perusahaan yang kuat dan memiliki daya saing yang tinggi. Bisnis yang beretika merupakan fondasi dari prinsip-prinsip bisnis yang baik, hal ini mencakup kinerja bisnis yang unggul dan berkelanjutan melalui kepatuhan terhadap pedoman etika dan hukum yang berlaku. Program Corporate Social Responsibility juga merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi Pasal 74 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Hal ini karena, dalam membangun suatu usaha juga harus memberikan manfaat yang dapat dirasakan oleh lingkungan usaha serta masyarakat.

Kata Kunci: Penerapan, Etika Bisnis, Corporate Social Responsibility, Kepatuhan

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi lingkungan usaha yang kompleks dan terus berubah, perusahaan atau badan usaha menghadapi berbagai tantangan strategis seperti persaingan yang ketat, perubahan regulasi dan dinamika pasar yang fluktuatif. Hal ini memerlukan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan prinsip etika bisnis. Untuk menjalankan roda perekonomian baik secara global maupun nasional kita harus memiliki etika bisnis yang kuat, dimana keuntungan menjadi tujuan dari suatu kegiatan ekonomi atau usaha. Penerapan etika bisnis yang baik juga berdampak pada loyalitas dari para stakeholders terhadap perusahaan atau badan usaha itu sendiri.

Etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri, dan juga masyarakat.¹ Bisnis yang beretika merupakan fondasi dari prinsip-prinsip bisnis yang baik, hal ini mencakup kinerja bisnis yang unggul dan berkelanjutan melalui kepatuhan terhadap pedoman etika dan hukum yang berlaku. Dalam konteks ini, seluruh aspek yang berkaitan dengan etika bisnis mempunyai

¹ Arisetyanto Nugroho dan Agus Arijanto. ETIKA BISNIS (*Business Ethics*) Pemahaman Teori Secara Komprehensif dan Implementasinya. (Bogor: IPB Press: 2015) Hlm. 6

implikasi sosial yang signifikan. Dalam perspektif yang lebih luas akhirnya etika bisnis menjadi bagian penting dari kebudayaan sosial masyarakat.² Ada berbagai prinsip etika yang terlibat dalam praktik bisnis, baik dalam interaksi antara sesama pelaku bisnis maupun dalam hubungan dengan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sejak awal kehidupan bersosialisasi, nilai-nilai yang mendorong perilaku yang baik dianggap sebagai kebutuhan esensial. Kehadiran masyarakat dalam konteks bisnis menjadi penanda penting akan keberadaan nilai-nilai ini, karena tanpanya, perilaku yang sembrono bisa merugikan pihak lain dan mengancam kesinambungan perusahaan itu sendiri.³

Seiring berjalannya waktu, perusahaan atau badan usaha juga dituntut untuk melaksanakan CSR atau biasa disebut dengan pertanggungjawaban secara sosial. Hal ini disebabkan selain karena adanya kesenjangan ekonomi antara pelaku usaha dan masyarakat sekitar, aktivitas usaha yang dilakukan juga seringkali menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi Pasal 74 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Kewajiban ini bukanlah suatu beban yang memberatkan, karena pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan perusahaan saja tetapi setiap manusia berperan dalam mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat.

CSR tidak memberikan dampak keuangan dalam jangka pendek melainkan akan memberikan hasil di masa yang akan datang baik secara langsung maupun tidak langsung. CSR didasarkan pada transparansi dampak sosial dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha. Transparansi keterbukaan informasi tidak hanya menyangkut keuangan perusahaan, namun juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatannya. Hal ini dapat membawa perubahan pada masyarakat yang akan memunculkan pandangan bahwa pentingnya penerapan Corporate Social Responsibility (CSR). Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa perusahaan bukan lagi sebuah entitas yang hanya mementingkan diri sendiri, tetapi juga entitas usaha yang beradaptasi secara kultural dengan lingkungan sosialnya.⁴

Sehingga, berdasarkan uraian diatas maka penulis dapat merumuskan masalah mengenai bagaimana peran CV. Barakallah dalam menerapkan etika bisnis dan Corporate

² Indra Rahmat A, Dkk. 2024. *PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM HUBUNGAN INDUSTRIAL PADA PRODUKTIVITAS PERUSAHAAN*. Jurnal Imiah Ekonomi Dan Manajemen, Vol. 2, No.1, Hal. 50

³ Bosman Butarbutar. 2019. *PERANAN ETIKA BISNIS DALAM BISNIS*. Dinasti Review Vol. 1, No. 1. Hlm. 189

⁴ Aan Setiadarma. 2021. *ETIKA DALAM MELAKUKAN KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*. Jurnal Ilmu Komunikasi 2021 (Universitas Persada Indonesia Y.A.A), Vol. XXVI, No. 1, Hlm. 5

Social Responsibility (CSR) dan ingin mengetahui apa saja faktor-faktor penghambat dalam melaksanakan etika bisnis dan program Corporate Social Responsibility (CSR).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada usaha Kontraktor Bangunan CV. BARAKALLAH yang beralamat di Jalan Wijaya Kusuma V-B, Kel. Air Putih, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda. Jenis penelitian yang dilakukan ialah penelitian Normatif-Empiris, yakni penelitian yang mengkaji pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif (perundang-undangan) dan dokumen tertulis secara faktual pada suatu peristiwa hukum yang terjadi di masyarakat dengan cara memadukan bahan-bahan hukum (yang merupakan data sekunder) dengan data primer yang diperoleh di lapangan. Tulisan ini menggunakan data sekunder berupa bahan-bahan hukum berupa Undang-undang dan Peraturan Pemerintah. Selain itu data sekunder dalam tulisan ini juga memuat data yang diperoleh melalui perantara, yakni dari referensi buku dan jurnal. Tulisan ini juga memuat data primer berupa hasil wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan secara langsung.⁵

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan maka penerapan Etika Bisnis dan program Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bentuk implementasi konsep tata kelola perusahaan yang baik. Berikut adalah bentuk implementasi Etika Bisnis dan CSR pada Usaha Kontraktor Bangunan CV. BARAKALLAH

Penerapan Etika Bisnis Dan Corporate Social Responsibility

A. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan nilai-nilai yang mengatur perilaku dan tindakan dalam konteks bisnis. Sebuah praktik bisnis yang baik tidak hanya mencakup mencapai tujuan finansial, tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan lainnya.⁶ Dalam penerapannya, Usaha Kontraktor Bangunan CV. BARAKALLAH menerapkan 5 jenis etika bisnis yaitu :

1. Penggunaan Etika Deontologi Dalam Hubungan Bisnis CV. BARAKALLAH dengan Pemasok.

Etika deontologi adalah sebuah istilah yang berasal dari kata Yunani ‘deon’ yang berarti

⁵ Muhaimin. *METODE PENELITIAN HUKUM* (Mataram: Mataram University Press: 2020) Hlm. 115

⁶ Bosman Butarbutar. (2019). PERANAN ETIKA BISNIS DALAM BISNIS. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), Hlm. 187-195.

keajiban dan ‘logos’ berarti ilmu atau teori. Teori deontologi menilai suatu tindakan dinilai baik atau buruk berdasarkan apakah tindakan itu sesuai atau tidak dengan kewajiban.⁷ Hubungan antara CV. BARAKALLAH dengan pemasok sudah baik karena kesesuaian pemesanan barang oleh perusahaan dan pengiriman barang oleh pemasok. Hal ini terjadi karena komunikasi yang jujur, baik dan lancar dari pemimpin CV. BARAKALLAH dengan pemasok sehingga tidak ada kekeliruan dalam ketidaksesuaian barang yang pernah terjadi selama ini, seperti kekurangan atau kelebihan jumlah barang yang dipesan. CV. BARAKALLAH memegang teguh untuk memberikan kebenaran yang sejalan dengan norma dan nilai yang ada tanpa memperhatikan kegunaan, kemudahan, atau bahkan nikmat atau tidaknya hal tersebut untuk dilaksanakan. Pemimpin CV BARAKALLAH dengan sangat detail menjelaskan berapa barang yang diinginkan dan pemasok pun melakukan tugasnya dengan baik. Biasanya jika ada sebuah proyek yang dimana Pemimpin CV. BARAKALLAH memerlukan barang-barang dari pemasok, maka kedua belah pihak bertemu secara langsung Pada lokasi yang telah ditetapkan untuk menghindari kesalahpahaman. Oleh karena itu, sudah secara jelas tercantum informasi mengenai jumlah barang yang dibutuhkan oleh perusahaan, jenis barang yang diperlukan, tanggal kebutuhan barang-barang tersebut, dan tanggal serah terima barang tersebut.

2. Penggunaan Etika Utilitarianisme Dalam Hubungan Bisnis CV. BARAKALLAH dengan Pelanggan.

Etika utilitarianisme adalah pandangan moral yang menyoroti pencapaian kebahagiaan atau kesejahteraan yang maksimal bagi sebanyak mungkin individu. Menurut prinsip utilitarianisme, suatu tindakan dianggap etis apabila menghasilkan konsekuensi yang paling baik atau paling positif bagi jumlah orang yang terbesar.⁸ Dalam berbisnis CV. BARAKALLAH menerapkan Etika Utilitarianisme dengan berkorban hal kecil demi hal yang berdampak besar. Hal yang dinyatakan oleh pemimpin CV. BARAKALLAH ialah dalam mengambil tindakan yang benar tidak hanya berdasar pada untung maupun rugi karena setiap berbisnis pasti ada saatnya mengalami pasang surut tetapi tetap harus konsisten dalam menghadapinya. Oleh karena itu kebenaran yang ada memiliki punya standar sendiri yang tidak dapat ditolerir berdasarkan kegunaan yang diperoleh. Hal yang memperkokoh pernyataan tersebut adalah dengan melihat kepastian dan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh CV. BARAKALLAH tanpa memandang kerugian dan keuntungannya. Misal ada proyek dengan jumlah kecil yang sedang dikerjakan kemudian beberapa hari kemudian ada proyek besar, tetapi ketersediaan karyawan serta barang-barang untuk mengerjakan proyek besar

⁷ Weruin, U. U. (2019). Teori-Teori Etika Dan Sumbangan Pemikiran Para Filsuf Bagi Etika Bisnis. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), Hlm. 313-322.

⁸ Weruin, U. U. (2019). Teori-Teori Etika Dan Sumbangan Pemikiran Para Filsuf Bagi Etika Bisnis. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 313-322.

tersebut masih kurang, maka perusahaan akan memastikan untuk mendahului proyek yang lebih awal. Langkah ini dianggap langkah yang adil bagi perusahaan terhadap pelanggan oleh sebab itu diterapkan.

3. Etika Pragmatisme.

Etika pragmatis adalah pandangan moral yang menyoroti pentingnya kegunaan atau efektivitas dalam mencapai tujuan spesifik. Dalam pandangan ini, penilaian atas kebenaran atau kebaikan sebuah tindakan didasarkan pada hasil praktis yang diperoleh atau kemanfaatannya dalam situasi yang terjadi. Pusat perhatiannya adalah pada konsekuensi positif yang bisa diperoleh dari tindakan tersebut.⁹ Dalam konteks bisnis, etika pragmatisme mengarah pada pengambilan keputusan yang berorientasi pada solusi yang paling efektif dalam mengatasi masalah atau mencapai tujuan perusahaan. Hal ini bisa berarti memilih tindakan yang memberikan hasil terbaik dalam jangka pendek tanpa terlalu memperhatikan pertimbangan moral yang lebih luas. Meskipun pendekatan pragmatis seringkali dianggap sebagai cara yang fleksibel dan praktis dalam menghadapi situasi yang kompleks, namun kritik terhadap etika pragmatisme sering kali muncul karena kurangnya perhatian terhadap prinsip-prinsip moral yang lebih luas dan nilai-nilai yang mendasarinya.¹⁰ CV. BARAKALLAH menolak pendekatan yang hanya berfokus pada praktis dan kemudahan, dan lebih mengutamakan kebenaran yang sesuai dengan nilai-nilai etika. CV. BARAKALLAH tidak menyetujui akan kebenaran yang didasarkan pada kepraktisan dan kemudahan bersifat cepat dan mudah, sedangkan kebenaran yang baik biasanya memerlukan lebih banyak usaha dan waktu untuk memperolehnya. Contoh tindakan nyata yang sudah diterapkan yang memperkuat pernyataan di atas yaitu dengan dibentuknya departemen khusus untuk menangani keluhan-keluhan pelanggan, walaupun dalam menangani keluhan pelanggan bukanlah hal yang mudah dan pemimpin perusahaan pun menyadari bahwa itu bukan merupakan hal yang mudah. Oleh karena itu, pimpinan perusahaan memutuskan untuk menyiapkan satu departemen khusus yang bertanggung jawab menangani hal tersebut, dengan harapan dapat lebih fokus dalam menangani keluhan pelanggan dan meningkatkan tingkat kepuasan serta loyalitas mereka.

4. Penggunaan Etika Situasionisme Dalam Hubungan Bisnis CV. BARAKALLAH dengan Karyawan.

Etika situasionisme adalah sudut pandang moral yang menekankan penyesuaian tindakan dengan konteks atau situasi spesifik yang dihadapi. Dalam konteks bisnis, pendekatan ini menyarankan bahwa keputusan etis seharusnya berdasarkan pada faktor-faktor situasional

⁹ Ngo, P. F. (2022). *Dialektika Theory dan Praxis dalam Terang Filsafat Pragmatisme Richard Rorty* (Doctoral dissertation, IFTK Ledalero).

¹⁰ Ngo, P. F. (2022). *Dialektika Theory dan Praxis dalam Terang Filsafat Pragmatisme Richard Rorty* (Doctoral dissertation, IFTK Ledalero).

yang relevan.¹¹ Dalam menjalankan bisnis, pemimpin CV. BARAKALLAH selalu berkomitmen untuk mengikuti standar kebenaran yang ada. Sebagai contoh, ketika omset perusahaan menurun dan perusahaan mengalami kerugian, gaji karyawan tetap dipertahankan tanpa penurunan atau potongan. CV. BARAKALLAH menerapkan Etika Situasionisme untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Meskipun dalam situasi mengalami kerugian, perusahaan tetap mempertahankan gaji karyawan dan memenuhi hak-hak karyawan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya. Tindakan ini menggambarkan responsibilitas dan komitmen CV. BARAKALLAH terhadap kesejahteraan karyawan, bahkan di tengah kondisi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Dengan menggunakan etika situasionisme, CV. BARAKALLAH menunjukkan kesadaran terhadap konteks sosial dan ekonomi yang mempengaruhi keputusan bisnis.

5. Etika Evolusionisme.

Etika evolusionisme mengacu pada penilaian terhadap baik atau buruknya suatu tindakan berdasarkan pada prinsip yang terus berubah seiring dengan pengaruh budaya di daerah tersebut.¹² Pemimpin CV. BARAKALLAH menegaskan bahwa prinsip-prinsip adalah fondasi dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan bisnis. Oleh karena itu, prinsip-prinsip ini harus tetap konsisten dan tidak boleh berubah-ubah. Dalam menjalankan tindakan bisnis, ada suatu landasan yang mendasari untuk menilai kapan suatu tindakan dapat dianggap benar atau salah. Sebagai bukti yang mendukung pernyataan dari pemimpin CV. BARAKALLAH yaitu adanya penetapan mengenai penanganan keluhan pelanggan yang tidak berubah hingga saat ini. Prinsip yang diterapkan oleh perusahaan yaitu melayani keluhan pelanggan dengan sebaik mungkin dan prinsip itu juga diterapkan hingga saat ini.

B. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang mengacu pada tanggung jawab suatu perusahaan terhadap dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan operasionalnya. CSR melibatkan upaya perusahaan untuk melakukan kegiatan yang memberikan manfaat positif bagi masyarakat, lingkungan, dan stakeholders lainnya, di luar tujuan ekonomi mereka. Dalam praktiknya, CSR mencakup berbagai inisiatif, seperti memberikan sumbangan kepada amal, mendukung program pendidikan dan lingkungan, mempromosikan keberagaman dan inklusi, serta menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan. CSR tidak hanya tentang memenuhi kewajiban hukum atau mencari keuntungan finansial, tetapi juga tentang menciptakan nilai jangka panjang bagi semua

¹¹ Setiawan, K. (2020). *Etika situasi menurut Joseph Fletcher dalam buku situation ethics: the new morality* (Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University of Surabaya).

¹² Shela Hamfry & Bambang Haryadi. 2014. ETIKA BISNIS DI CV. ECC. AGORA Vol. 2, No. 2.

pihak yang terlibat.¹³ Aspek hukum terkait dengan CSR terdapat dalam berbagai peraturan dan regulasi, salah satunya adalah UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban pelaksanaan CSR. Direksi bertanggung jawab atas masalah hukum yang terjadi apabila menyangkut dengan perusahaan dan CSR. Pasal 15 huruf b UU Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal menjelaskan bahwa "tanggung jawab sosial perusahaan" mencakup kewajiban perusahaan untuk menjaga hubungan yang seimbang dan sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.¹⁴ Sedangkan menurut Pasal 1 angka 3 UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas,¹⁵ tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan demi meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan, komunitas setempat, dan masyarakat umum.¹⁶ Pada penerapannya, CV. BARAKALLAH telah mengimplementasikan Corporate Social Responsibility dalam usahanya yaitu sebagai berikut:

1. Menyediakan lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi para pekerja dengan mematuhi standar keselamatan dan kesehatan kerja serta memberikan pelatihan keselamatan.
2. Menggunakan bahan bangunan yang ramah lingkungan atau mendukung teknologi konstruksi berkelanjutan untuk mengurangi dampak lingkungan dari proyek pembangunan.
3. Menyediakan program kesejahteraan bagi karyawan, seperti asuransi kesehatan, program pensiun, atau fasilitas peningkatan keterampilan.
4. Mengurangi limbah konstruksi dan meningkatkan manajemen limbah dengan mendaur ulang material atau mengadopsi praktik konstruksi berkelanjutan.
5. Memberikan kontribusi untuk infrastruktur lokal seperti jalan, air bersih atau listrik.

Faktor-Faktor Penghambat

Dalam praktiknya, CV. BARAKALLAH sering dihadapkan pada sejumlah hambatan yang mempersulit implementasi etika bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR). Berikut terdapat 2 hambatan yang dihadapi oleh CV. BARAKALLAH :

1. **Ketidakjelasan regulasi dan standar yang berlaku:** kontraktor bangunan CV. BARAKALLAH menghadapi kesulitan dalam menerapkan etika bisnis dan CSR secara efektif karena ketidakjelasan regulasi dan standar yang berlaku dalam industri konstruksi yang menciptakan kebingungan dalam mengimplementasikannya.

¹³ Gea, I. V., Saleh, M., & Suharto, R. B. (2022). Peranan corporate social responsibility (CSR) terhadap tingkat pembangunan desa. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 18(3), 551-560.

¹⁴ Lihat Pasal 15 huruf b UU Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal

¹⁵ Lihat Pasal 1 Angka 3 UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

¹⁶ Lutfi Parinduri, Marlanfar, Abdul Halim. 2019. PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. Buletin Utama Teknik Vol. 14, No. 3, Hlm. 212

2. **Ketidakstabilan politik dan ekonomi:** Faktor-faktor eksternal seperti ketidakstabilan politik dan ekonomi juga menjadi hambatan CV. BARAKALLAH dalam menerapkan etika bisnis dan CSR karena dapat mempengaruhi kondisi bisnis secara keseluruhan. Hal tersebut menyebabkan gangguan dalam rantai pasokan CV. BARAKALLAH yang dapat mempengaruhi ketersediaan produk dan layanan. Selain itu, tantangan lain adalah koordinasi logistik. Dalam proyek-proyek besar yang memerlukan banyak pasokan, koordinasi logistik menjadi krusial untuk memastikan bahwa barang-barang tiba tepat waktu dan pada tempat yang tepat. Mengelola logistik untuk berbagai pemasok yang berbeda bisa menjadi rumit dan membutuhkan perencanaan yang matang. Kesalahan dalam pengaturan logistik dapat mengakibatkan keterlambatan dalam proyek dan bahkan biaya tambahan yang tidak terduga. Masalah kualitas dan konsistensi pasokan juga merupakan hambatan yang signifikan. CV harus memastikan bahwa barang-barang yang diterima dari pemasok memenuhi standar kualitas yang diharapkan dan konsisten dengan kebutuhan proyek. Namun, dengan berinteraksi dengan banyak pemasok yang berbeda, sulit untuk memastikan kualitas dan konsistensi ini terjaga. Hal ini dapat berdampak negatif pada hasil akhir proyek dan reputasi perusahaan.

Dampak Positif Dari Penerapan Etika Bisnis Dan Corporate Social Responsibility

Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.¹⁷

Hasil wawancara terhadap CV. BARAKALLAH menjelaskan manfaat dari penerapan etika bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap citra dan reputasi Badan Usaha CV nya. Menurut CV. BARAKALLAH setelah menjalankan prinsip etika bisnis yang sesuai, CV BARAKALLAH telah berhasil memperoleh sejumlah proyek baru melalui metode pemasaran dari mulut ke mulut. Penerapan etika bisnis yang konsisten juga telah memperkuat reputasi perusahaan di mata pelanggan. Dengan menjunjung tinggi nilai-nilai etika, CV BARAKALLAH dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap kejujuran dan integritas dalam setiap transaksi bisnis. Kepercayaan yang diperoleh dari pelanggan tidak hanya meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga membuka pintu bagi hubungan bisnis yang lebih berkelanjutan dan erat. Sebagai hasilnya, CV BARAKALLAH dianggap sebagai mitra bisnis yang dapat dipercaya dan loyal dalam menjalankan setiap aspek bisnisnya dengan para

¹⁷ Neli Hajar. 2022. *PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. *Journal Economic Insights* V olume 1 No. 2.

pelanggan. Ini menciptakan lingkungan yang positif dan membuat perusahaan berkembang secara berkelanjutan di pasar yang kompetitif.

KESIMPULAN

Dalam penerapan Etika Bisnis, CV. BARAKALLAH menggunakan 5 jenis etika bisnis yaitu: Etika Deontologi, Etika Utilitarianisme, Etika Pragmatisme, Etika Situasionisme, dan Etika Evolucionismme. Dan hasil penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada usahanya adalah menyediakan lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi para pekerja, menggunakan bahan bangunan yang ramah lingkungan, menyediakan program kesejahteraan bagi karyawan, mengurangi limbah konstruksi, dan memberikan kontribusi untuk infrastruktur lokal seperti jalan, air bersih atau listrik. Meskipun CV. BARAKALLAH dapat menerapkan Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam usahanya tetapi terdapat 2 (dua) hambatan yang harus dihadapi oleh CV. BARAKALLAH yaitu: ketidakjelasan regulasi dan standar yang berlaku dalam industri konstruksi serta ketidakstabilan politik dan ekonomi yang mempengaruhi ketersediaan produk dan layanan. Adapun dampak positif yang ditimbulkan ketika dapat menerapkan Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan baik yaitu CV BARAKALLAH dianggap sebagai mitra bisnis yang dapat dipercaya dan loyal dalam menjalankan setiap aspek bisnisnya dengan para pelanggan. Ini menciptakan lingkungan yang positif dan membuat perusahaan berkembang secara berkelanjutan di pasar yang kompetitif.

REFERENSI

- Nugroho, Arisetyanto & Agus Ariyanto. *ETIKA BISNIS (Business Ethics) Pemahaman Teori Secara Komprehensif dan Implementasinya*. (Bogor: IPB Press: 2015) Hlm. 6 A, Indra Rahmat, Dkk. 2024. PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM HUBUNGAN INDUSTRIAL PADA PRODUKTIVITAS PERUSAHAAN. *Jurnal Imiah Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 2, No.1, Hal. 50
- Butarbutar, Bosman. 2019. PERANAN ETIKA BISNIS DALAM BISNIS. *Dinasti Review* Vol. 1, No. 1. Hlm. 189
- Setiadarma, Aan. 2021. ETIKA DALAM MELAKUKAN KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR). *Jurnal Ilmu Komunikasi 2021* (Universitas Persada Indonesia Y.A.A), Vol. XXVI, No. 1, Hlm. 5
- Muhaimin. *METODE PENELITIAN HUKUM*. (Mataram: Mataram University Press: 2020) Hlm. 115
- Butarbutar, Bosman. (2019). PERANAN ETIKA BISNIS DALAM BISNIS. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), Hlm. 187-195.

- Shela Hamfry & Bambang Haryadi. 2014. ETIKA BISNIS DI CV. ECC. *AGORA* Vol. 2, No. 2.
- Weruin, U. U. (2019). Teori-Teori Etika Dan Sumbangan Pemikiran Para Filsu f Bagi Etika Bisnis. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), Hlm. 313-322.
- Ngo, P. F. (2022). *Dialektika Theory dan Praxis dalam Terang Filsafat Pragmatisme Richard Rorty* (Doctoral dissertation, IFTK Ledalero).Setiawan, K. (2020). *Etika situasi menurut joseph fletcher dalam buku situation ethics: the new morality* (Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University of Surabaya).
- Hajar, Neli. 2022. PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Journal Economic Insights* Vol. 1 No. 2.
- Lihat Pasal 15 huruf b UU Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal
- Lihat Pasal 1 Angka 3 UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas