



Analysis of the Application of Business Ethics in Making Decisions in the Era of Globalization

Mentari Syahputri Purba¹ Bonaraja Purba²
Universitas Negeri Medan

Corresponding Author: Mentari Purba MentariPurba9@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords : Ethics, Practices,
Economic Decisions

Received : 15 November
Revised : 17 December
Accepted: 27 January

©2024 Purba, Purba: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The purpose of this research is the basis for finding out how to apply ethics in the practice of economic decision making in order to manage a company as fairly as possible and comply with applicable laws. Therefore, based on the results and discussion of this research, it can be concluded that in making business ethics decisions, the social, environmental and economic consequences of the various decisions and actions that will be taken will be taken into account. In this context, the magazine shows that technology, when used wisely, can be a tool for improving the application of business ethics. Companies can use technology to increase transparency, accountability and data security. However, we must understand deeply that technology can also be a source of abuse if it is not properly monitored. Overall, this magazine emphasizes the importance of practicing business ethics in the era of digitalization. The implication of this analysis is that business success in the digital era does not only depend on technological innovation, but also the extent to which ethical values are applied to all aspects of the company's operations and its interactions with consumers, society and others.

Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Mengambil Keputusan di Era Globalisasi

Mentari Syahputri Purba¹ Bonaraja Purba²

Universitas Negeri Medan

Corresponding Author: Mentari Purba MentariPurba9@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Etika, Praktik, Keputusan Ekonomi

Received : 15 November

Revised : 17 Desember

Accepted: 27 Januari

©2024 Purba, Purba: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini merupakan landasan untuk mengetahui bagaimana penerapan etika dalam praktik pengambilan Keputusan ekonomi adalah untuk mengelola Perusahaan seadil-adilnya dan mematuhi hukum yang berlaku. Oleh karena itu, berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa dalam pengambilan Keputusan etika bisnis akan mempertimbangkan konsekuensi social, lingkungan, serta ekonomi dari berbagai Keputusan dan Tindakan yang hendak dilakukan. Dalam konteks ini, majalah menunjukkan bahwa teknologi, bila digunakan secara bijak, dapat menjadi alat untuk meningkatkan penerapan etika bisnis. Perusahaan dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan keamanan data. Namun, kita harus memahami secara mendalam bahwa teknologi juga dapat menjadi sumber penyalahgunaan jika tidak diawasi dengan baik. Secara keseluruhan, majalah ini menekankan pentingnya mempraktikkan etika bisnis di era digitalisasi. Implikasi dari analisis ini adalah keberhasilan bisnis di era digital tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, namun juga sejauh mana nilai-nilai etika diterapkan pada seluruh aspek operasional perusahaan dan interaksinya dengan konsumen, masyarakat, dan lainnya.

PENDAHULUAN

Para pebisnis tidak bisa melepaskan diri dari kualitas moral yang dimilikinya ketika menjalankan bisnis tertentu. Perusahaan yang berperilaku etis dan menjalankan bisnis berdasarkan nilai moral yang tinggi akan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan perekonomian suatu negara. Karena perusahaan yang memegang teguh etika bisnis dapat mengembangkan norma dan perilaku yang mengedepankan hubungan yang sehat di lingkungan kerja, Bahkan antara pedagang dan mitra bisnisnya. Dalam menjalankan suatu bisnis, seorang pebisnis harus mengikuti prinsip-prinsip etika dalam menjalankan bisnisnya. Etika Perusahaan merupakan pedoman dalam menjalankan aktivitas Perusahaan, mulai dari individu, dunia usaha, hingga Masyarakat. Dalam bisnis, tidak cukup hanya mengandalkan kecerdasan, ketrampilan, dan keahlian teknis saja, dan etika bisnis dianggap sebagai standar dan pedoman bagi manajer dan karyawan dalam pekerjaan sehari-hari. Asas integritas moral menekankan pada kesadaran pengusaha bahwa harkat dan martabat setiap orang harus dihormati. Oleh karena itu, seorang pebisnis harus mampu menjalankan usahanya dengan sebaik-baiknya agar menjadi yang terbaik dan dapat dibanggakan. Menurut Weiss (1994) etika yang baik berarti bisnis yang baik. Hal ini sangat sesuai dengan pengamatan terhadap Perusahaan yang sudah sukses bahwa Etikalah yang diutamakan, selain pemerolehan laba. Norma-norma yang diterapkan oleh Perusahaan untuk memastikan hubungan baik dengan stakeholder dan meliputi seluruh aspek yang berhubungan dengan Perusahaan, individu, serta Masyarakat. Karena itu, V.F. Henderson menyatakan "kita ingin menyadarkan dan menanamkan kesopansantunan dan kebaikan hati dalam sanubari pelaku bisnis tanpa harus menggoyahkan semangatnya. Etika bisnis mencakup semua aspek yang terlibat: individu, bisnis, Masyarakat, public, dan hubungan antara individu dan pelanggan atau mitra bisnisnya. Etika Perusahaan diperlukan agar Perusahaan dapat bekerja dengan baik. Ketika etika bisnis dipraktikkan, etika tersebut menjadi standar dan pedoman bagi semua orang yang terlibat, bukan hanya karyawan.

KAJIAN PUSTAKA

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan nilai moral yang menjadi pedoman bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitasnya. Etika bisnis penting diterapkan dalam era globalisasi, di mana persaingan bisnis semakin ketat dan kompleks.

Penerapan etika bisnis dalam mengambil keputusan di era globalisasi memiliki beberapa manfaat, antara lain:

- Menjaga reputasi perusahaan. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis akan memiliki reputasi yang baik di mata konsumen, masyarakat, dan pemerintah. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta memudahkan perusahaan untuk mendapatkan dukungan dari berbagai pihak.
- Meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis akan lebih mampu bersaing dengan perusahaan lain yang tidak

menerapkan etika bisnis. Hal ini karena perusahaan yang menerapkan etika bisnis akan lebih dipercaya dan dihargai oleh konsumen.

- Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif. Penerapan etika bisnis akan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi karyawan. Karyawan akan merasa lebih nyaman dan termotivasi untuk bekerja jika perusahaan menerapkan etika bisnis.

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Ada beberapa prinsip etika bisnis yang dapat diterapkan dalam mengambil keputusan di era globalisasi, antara lain:

- Prinsip kejujuran. Prinsip ini menuntut para pelaku bisnis untuk bersikap jujur dalam menjalankan bisnisnya. Kejujuran harus diterapkan dalam segala aspek bisnis, mulai dari transaksi, promosi, hingga pelayanan kepada konsumen.
- Prinsip keadilan. Prinsip ini menuntut para pelaku bisnis untuk bersikap adil kepada semua pihak yang terlibat dalam bisnis, termasuk konsumen, karyawan, pemasok, dan masyarakat. Keadilan harus diterapkan dalam hal harga, kualitas produk, dan kesempatan kerja.
- Prinsip otonomi. Prinsip ini menuntut para pelaku bisnis untuk menghormati hak-hak konsumen dan karyawan untuk menentukan pilihannya sendiri. Konsumen berhak memilih produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, sedangkan karyawan berhak memilih tempat kerja yang sesuai dengan minat dan kemampuannya.
- Prinsip saling menguntungkan. Prinsip ini menuntut para pelaku bisnis untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan semua pihak yang terlibat dalam bisnis. Bisnis tidak boleh hanya menguntungkan satu pihak saja, tetapi harus menguntungkan semua pihak.
- Prinsip tanggung jawab. Prinsip ini menuntut para pelaku bisnis untuk bertanggung jawab atas dampak bisnisnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Bisnis harus menjaga lingkungan dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Tantangan Penerapan Etika Bisnis

Meskipun etika bisnis penting diterapkan dalam era globalisasi, tetapi penerapannya tidak selalu mudah. Ada beberapa tantangan yang dihadapi dalam menerapkan etika bisnis, antara lain:

- Lingkungan persaingan yang ketat. Persaingan bisnis yang ketat dapat mendorong para pelaku bisnis untuk melakukan berbagai cara untuk memenangkan persaingan, termasuk dengan cara-cara yang tidak etis.
- Perbedaan budaya. Perbedaan budaya antar negara dapat menimbulkan perbedaan persepsi tentang etika bisnis. Hal ini dapat membuat penerapan etika bisnis menjadi lebih sulit.
- Kurang pemahaman tentang etika bisnis. Masih banyak pelaku bisnis yang belum memahami pentingnya etika bisnis dan belum mengetahui cara menerapkannya dalam bisnis.

Upaya untuk Menerapkan Etika Bisnis

Ada beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk menerapkan etika bisnis dalam era globalisasi, antara lain:

- Mengembangkan kurikulum pendidikan bisnis yang memasukkan materi tentang etika bisnis. Hal ini akan membantu para calon pelaku bisnis untuk memahami pentingnya etika bisnis dan cara menerapkannya.
- Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya etika bisnis. Masyarakat perlu didorong untuk menuntut pelaku bisnis untuk menerapkan etika bisnis.
- Membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang etika bisnis. Peraturan perundang-undangan dapat menjadi payung hukum bagi penerapan etika bisnis.

Penerapan etika bisnis dalam mengambil keputusan di era globalisasi merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Penerapan etika bisnis akan membantu perusahaan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bersumber dari penjelajahan internet. Penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Menurut Sukmadinata (2011, hlm. 60) Pendekatan Kualitatif merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas social, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Pemasaran Di Era Digital

Di era digitalisasi yang berkembang pesat, bisnis digital menjadi tren yang tidak bisa dipungkiri. Bisnis digital mengacu pada segala bentuk kegiatan bisnis yang menggunakan teknologi digital dan platform online sebagai media utama untuk berinteraksi dengan konsumen dan melakukan transaksi bisnis. Bisnis digital adalah suatu bentuk bisnis yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital, seperti Internet dan perangkat elektronik, sebagai sarana utama dalam menjalankan seluruh aspek operasional dan interaksi pelanggan. Ini mencakup semua aktivitas bisnis, mulai dari pemasaran, penjualan, dan pergudangan hingga layanan pelanggan, semuanya melalui platform online. Manfaat bisnis digital antara lain:

- Jangkauan luas dan global Bisnis digital memungkinkan Anda mengatasi keterbatasan geografis.
- Mengurangi biaya operasional Operasi digital mengurangi biaya overhead seperti sewa ruang, biaya operasional, dan inventaris. Pemasaran online juga bisa lebih efisien dan hemat biaya dibandingkan pemasaran tradisional.
- Fleksibilitas waktu Bisnis digital memungkinkan Anda memiliki lebih banyak fleksibilitas dalam jam kerja Anda. konsumen memiliki akses ke platform online kami 24/7, sehingga mereka tidak terikat dengan jam kerja tradisional.

- Target pasar yang lebih akurat Alat analisis dan pemasaran online memungkinkan Anda lebih memahami perilaku konsumen dan mengarahkan kampanye pemasaran ke target pasar yang tepat.
- Kemampuan Inovasi Bisnis digital memungkinkan penerapan inovasi secara cepat.
- Interaksi Pelanggan yang Lebih Personal Anda dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial dan platform komunikasi lainnya.
- Skalabilitas Perusahaan digital mempunyai potensi untuk tumbuh dengan cepat dan fleksibel sesuai permintaan pasar.

Bisnis digital telah merevolusi dunia bisnis, memungkinkan banyak perusahaan tumbuh dan bersaing di pasar global. Namun, seperti halnya dalam bisnis tradisional, keberhasilan dalam bisnis digital bergantung pada strategi yang baik, pemahaman mendalam mengenai pasar dan pelanggan, serta komitmen untuk terus beradaptasi dengan perkembangan dan tren teknologi. Sama seperti bisnis tradisional, ada banyak jenis bisnis digital:

- *E-commerce* yang cukup banyak diminati banyak orang adalah Amazon. Di *e-commerce* ini hanya produk yang terjual dari inventory kami sendiri dan tidak ada pihak ketiga yang menjual produk disini.
- Aplikasi Pro adalah perusahaan digital yang memiliki dua versi: gratis dan premium. perusahaan menawarkan dua versi ini. Versi gratis biasanya menampilkan jeda iklan, namun versi premium tidak menampilkan jeda iklan, sehingga Anda tidak akan terganggu dengan jeda iklan saat menggunakan produk seperti aplikasi game. Dan tentunya Anda dapat beralih dari versi gratis ke versi premium dengan membayar biaya tertentu.
- *OnDemand* adalah perusahaan digital yang menyediakan produk yang dapat digunakan oleh konsumen dalam jangka waktu tertentu. Misalnya saja contoh yang sangat populer adalah Netflix, di mana Anda dapat membeli paket tertentu dan menonton film di aplikasi.
- Marketplace Di Indonesia, Shopee dan Tokopedia merupakan marketplace yang sangat populer. Marketplace sendiri merupakan wahana kegiatan jual beli dan perdagangan. Siapa pun yang memiliki toko atau bisnis dapat menjual.

Perundang Undangan Bisnis Digital

Dunia digital, khususnya perkembangan Internet, kini sudah mendunia. Pada tahap pertumbuhan dan perkembangan teknologi, Internet bukan lagi hal baru. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah membawa banyak perubahan pada gaya hidup sebagian masyarakat Indonesia. Pola kehidupan ini terjadi hampir di segala bidang, baik bidang sosial, budaya, perdagangan, dan bidang lainnya. Di bidang perdagangan, Internet semakin banyak digunakan sebagai media kegiatan bisnis, terutama karena berkontribusi terhadap efisiensi. Kegiatan perdagangan di Internet ini dikenal luas dengan sebutan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Perdagangan elektronik dibagi menjadi dua segmen: perdagangan

elektronik bisnis-ke-bisnis (transaksi antar agen ekonomi) dan perdagangan elektronik bisnis-ke-bisnis (transaksi antara agen ekonomi dan konsumen). Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah melahirkan sistem perdagangan jenis baru. Dalam beberapa tahun terakhir, transaksi online menjadi semakin penting di Indonesia. Contohnya adalah Kaskus, berniaga.com, bahkan toko online yang menggunakan Facebook dan ponsel sebagai alat pemasarannya. Masyarakat berlomba-lomba untuk memperoleh keuntungan dan pendapatan lebih banyak melalui pemanfaatan teknologi informasi ini. Tidak dapat dipungkiri bahwa toko online menjadi salah satu pilihan belanja yang paling menarik bagi konsumen, selain belanja fisik. E-commerce menjadi populer di Indonesia seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna Internet. Menurut Kementerian Telekomunikasi, jumlah pengguna Internet mencapai 25 juta pada bulan Februari 2008 dan diperkirakan akan mencapai 40 juta pada akhir tahun 2008. Sebelum diundangkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), kegiatan - kegiatan yang berkaitan dengan perdagangan elektronik diatur dengan berbagai peraturan perundang-undangan. UU No. 14 Tahun 2001 tentang Paten, UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Telekomunikasi, UU No. 36 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan lain-lain. Kekosongan hukum yang mengatur perdagangan elektronik menimbulkan permasalahan sebagai berikut

- Otentikasi badan hukum yang melakukan transaksi di Internet.
- Jika kontrak itu sah dan mengikat secara hukum.
- Objek transaksi.
- Mekanisme Pengalihan Hak.
- Hubungan hukum dan tanggung jawab para pihak yang bertransaksi, baik penjual, pembeli, maupun sponsornya, seperti bank dan penyedia layanan Internet (ISP).
- Legalitas dokumen arsip elektronik dan tanda tangan digital sebagai alat bukti.
- Mekanisme penyelesaian sengketa.
- Pemilihan hukum dan kewenangan peradilan yang tepat untuk menyelesaikan perselisihan.
- Masalah perlindungan konsumen, hak kekayaan intelektual, dll.

Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), ada dua hal penting yang terjalin. Pertama, pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perintah dan pembuktian. Pertama untuk menjamin kepastian hukum transaksi elektronik, dan kedua untuk mengelompokkan perbuatan-perbuatan yang dianggap melanggar hukum dan dapat dikenakan sanksi pidana terkait penyalahgunaan TI (teknologi informasi). Pengakuan terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik setidaknya memberikan landasan hukum bagi kegiatan perdagangan elektronik.

Walaupun pemberlakuan UU ITE telah menyelesaikan beberapa permasalahan yang ada, mengenai permasalahan perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik, namun untuk menentukan apakah UU ITE dapat memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, perlu adanya pertimbangan lebih lanjut. Hak-hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku ekonomi memerlukan pertimbangan yang cermat. Di era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan jenis barang/jasa yang dijual melalui promosi, iklan, atau penawaran langsung ke konsumen. Kegagalan dalam memilih barang/jasa yang diperlukan hanya akan membuka peluang bagi konsumen untuk dieksploitasi oleh pelaku ekonomi yang tidak bertanggung jawab. Konsumen tanpa sadar menganggap remeh produk dan jasa yang mereka konsumsi. Keberadaan e-commerce merupakan suatu kemewahan yang besar bagi konsumen karena mereka tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja dan berbagai macam barang dan jasa tersedia dengan harga yang relatif murah. Ini merupakan tantangan positif dan tantangan negatif. Keadaan ini dikatakan positif karena memberikan keuntungan bagi konsumen karena dapat leluasa memilih produk dan jasa yang diinginkannya. Konsumen bebas menentukan jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai dengan kebutuhannya. Kondisi ini disebut negatif karena menyebabkan posisi konsumen lebih lemah dibandingkan pelaku ekonomi.

Pasal 45(2) UU ITE mengatur ancaman pidana penipuan online diancam dengan pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak Rp1 miliar. Meskipun UU TI memiliki ketentuan mengenai permasalahan yang mungkin timbul dalam melakukan transaksi melalui sistem online, namun pada kenyataannya ketentuan UU TI saja tidak dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Saat ini belum ada mekanisme pengaduan yang mudah bagi pihak-pihak yang dirugikan. Sistem yang ada saat ini tidak lain hanyalah sistem pengaduan berdasarkan Undang-undang Acara Pidana (KUHAP). Mekanisme ini dinilai kurang cocok untuk diterapkan pada sistem pengaduan transaksi online. Nilai transaksinya tidak terlalu tinggi untuk memastikan pihak yang kalah tidak melaporkan kerugiannya kepada penegak hukum. Selain itu, terdapat pula paradigma yang menyatakan bahwa biaya pelaporan lebih besar dibandingkan dengan kerugian itu sendiri. Oleh karena itu, kita memerlukan sistem pengaduan yang cepat, mudah, dan terutama secara online. Lembaga penegak hukum juga sebaiknya membuat daftar hitam pengguna perdagangan online yang terbukti merugikan orang lain. Dengan cara ini, pelanggan merasa semakin aman dan tidak perlu lagi khawatir akan penipuan dalam transaksi online dan e-commerce.

Peran Dan Tatanan Generasi Kedua Digital Native

Perkembangan teknologi yang semakin canggih akan mendorong generasi muda untuk menjaga keutuhan budaya Indonesia yang telah menjadi tradisi turun temurun. Era globalisasi digital saat ini merupakan proses global

yang mencakup banyak aspek seperti perkembangan pesat dan praktis di bidang politik, teknologi, ekonomi, masyarakat, budaya, dan ilmu pengetahuan, yang memungkinkan masyarakat dengan mudah mengakses informasi dari seluruh belahan dunia akan mampu melakukannya. Menurut (Predy et al. 2019), generasi muda milenial dan pendidikan merupakan konsep yang saling berhubungan seiring tumbuh dan berkembangnya generasi saat ini melalui pendidikan. Dalam rangka menghadapi era revolusi digital dalam bidang pendidikan kebudayaan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) di Indonesia, sangat diperlukan peran generasi milenial saat ini untuk meningkatkan skill dan aset agar Indonesia mampu bersaing dengan negara lain. Untuk meningkatkan keberadaan sumber daya manusia (SDM) di era globalisasi, diperlukan kemampuan mengelola hasil sumber daya tersebut. Menurut Lalo (2018), bagi generasi bangsa ini, menghadapi era globalisasi berarti melaksanakan program pendidikan karakter yang terstruktur dan terukur. Dengan begitu, kita akan mampu meningkatkan jumlah sumber daya manusia yang berkualitas, bertalenta, dan mampu bersaing dengan luar negeri. Sebagai generasi milenial di era globalisasi saat ini, banyak tantangan yang harus diatasi. Generasi sekarang harus mampu berpikir kritis, inovatif, kompetitif dan bekerja secara fleksibel. Generasi muda dapat mempengaruhi kemajuan negara dengan sangat mudah (Ambarwati & Rahajo, 2018).

SIMPULAN

Selama ini, transformasi digital telah mengubah paradigma bisnis secara signifikan dan membawa tantangan baru dalam hal keberlanjutan, transparansi, dan nilai-nilai yang diwakilkan oleh perusahaan. Salah satu poin utama yang disoroti dalam jurnal ini adalah bagaimana nilai-nilai etika yang selama ini berhasil diterapkan pada masa tradisional perlu diadaptasi dan diterapkan dalam konteks digital. Hal ini memerlukan pertimbangan yang lebih mendalam tidak hanya mengenai regulasi dan kepatuhan, namun juga tanggung jawab sosial, perlindungan data, keamanan digital, dan penggunaan teknologi secara adil. Jurnal tersebut juga mencatat bahwa penerapan etika bisnis tidak hanya menjadi tanggung jawab masing-masing perusahaan saja, namun juga memerlukan dukungan dari kebijakan pemerintah, peraturan yang relevan, bahkan kesadaran masyarakat luas akan pentingnya nilai-nilai etika dalam dunia digital. Pentingnya kerja sama antara bisnis, pemerintah, dan masyarakat memainkan peran penting dalam memastikan lingkungan bisnis digital yang beretika. Dalam konteks ini, majalah menunjukkan bahwa teknologi, bila digunakan secara bijak, dapat menjadi alat untuk meningkatkan penerapan etika bisnis. Perusahaan dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan keamanan data. Namun, kita harus memahami secara mendalam bahwa teknologi juga dapat menjadi sumber penyalahgunaan jika tidak diawasi dengan baik. Secara keseluruhan, majalah ini menekankan pentingnya mempraktikkan etika bisnis di era digitalisasi. Implikasi dari analisis ini adalah keberhasilan bisnis di era digital tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, namun juga sejauh mana nilai-

nilai etika diterapkan pada seluruh aspek operasional perusahaan dan interaksinya dengan konsumen, masyarakat, dan lainnya.

REFERENSI

- Ambarwati, A., & Raharjo, S. T. (2018). Prinsip Kepemimpinan Character of A Leader pada Era Generasi Milenial. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 2(2), 114. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v2i2.1151>
- Abbott, P. A., & Coenen, A. (2008). Globalization and advances in information and communication technologies: The impact of nursing and health. *Nursing Outlook*, 56(5). <https://doi.org/10.1016/j.outlook.2008.06.009>
- Lalo, K. (2018). Menciptakan Generasi Milenia Berkarakter dengan Pendidikan Karakter guna Menyongsong Era Globalisasi. *Ilmu Kepolisian*, 12(2), 68–75.
- Surahman, S. (2013). Dampak Globalisasi Media Terhadap Seni dan Budaya Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 2(1), 29–38. Sutria, D. (2019).
- Implementasi Metode Batu Pijar Dalam Pembelajaran Matematika Untuk Meningkatkan Aktifitas Dan Hasil Belajar Siswa Sd Negeri 47 Kota Jambi. *Jurnal Pesona Dasar*, 7(2), 1–9. <https://doi.org/10.24815/pear.v7i2.14753>