

Batasan Perilaku Bisnis pada E-commerce

1st Sastiana Mandasari Fathonah ^a

2nd Imam Mukhlis ^a

^a Universitas Negeri Malang

Abstrak

Artikel ini dibuat sebagai landasan dalam memberikan argumentasi mengenai batasan perilaku atau etika bisnis di era digital contohnya pada e-commerce. Penggunaan metode dalam artikel ilmiah ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan dengan berbasis literatur-literatur terkait, yang bertujuan untuk memperkuat argumentasi pada artikel ini. Dalam melakukan kegiatan berbisnis penting bagi pelaku bisnis untuk membangun kepercayaan dengan para konsumen guna meningkatkan pendapatannya. Perdagangan di era digital ini memungkinkan timbulnya perilaku yang melanggar etika. Oleh karena itu, dalam kondisi apapun dibutuhkan suatu kesadaran diri atau moral yang akan membuat keputusan didalam kondisi apapun tetap memiliki nilai etika. Etika bisnis sebagai bagian dari metaetika dan etika terapan memberikan sumbangan positif berupa pertimbangan-pertimbangan moral aktual berhadapan dengan berbagai kebijakan dan praktik bisnis yang berlangsung. Aturan/Dasar Hukum Bisnis Digital tertuang pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, selain itu terdapat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan mengenai hak pelaku usaha. Dalam era digital dan perkembangan dunia IT ini, etika bisnis harus tetap dijalankan. Jangan sampai ketika era digital sudah diterapkan, namun etika bisnis semakin minim diterapkan.

Kata Kunci: Etika, Bisnis, E-commerce

*Correspondence: sastiana.mandasari.2304138@students.um.ac.id

1. Pendahuluan

Pada jaman sekarang ini, bisnis merupakan pemberi kontribusi besar dalam memajukan ekonomi dan sosial budaya pada dunia. Pesatnya perkembangan digital di Indonesia saat ini dapat terlihat dari adanya penggunaan telepon seluler, e-commerce, komputer dan internet yang menunjukkan bahwa pesatnya sektor TI (Teknologi Informasi) di Indonesia. Teknologi tersebut dapat dijadikan alat pendorong untuk melancarkan kehidupan manusia pada era digital sekarang ini. Semua kegiatan dapat dilakukan dengan mudah, bahkan berbisnis dari mana saja kapan saja dapat dilakukan berkat perkembangan teknologi saat ini. Dapat kita ambil contoh dalam dunia bisnis digital terdapat e-Commerce, E-Commerce ini termasuk salah satu bukti kemajuan teknologi yang membuat orang lebih berkreasi dalam dunia bisnis, e-commerce sendiri membuat semua aktivitas jual beli dapat dilakukan secara online. Siapapun dapat melakukan transaksi atau membeli barang apapun yang dibutuhkan dengan mudah dan dapat dilakukan dimanapun. (Rasyid Setiawan. 2023). Menurut Kotler & Armstrong (2012) e-commerce merupakan saluran atau media yang bisa dicapai seseorang dengan internet yang digunakan oleh seseorang dalam mengembangkan bisnis. (Kotler, & Armstrong. (2012)

Munculnya e-commerce telah menciptakan peluang baru bagi munculnya bisnis-bisnis baru, seperti penjualan produk digital (video, musik, game). Selain itu, penggunaan Internet banyak digunakan untuk tujuan komersial dengan memunculkan perangkat perdagangan seluler dan perdagangan sosial yang pada akhirnya membantu perusahaan memperluas bisnis dan memperluas aktivitas mereka. Internet juga telah memungkinkan metode komunikasi komersial baru berdasarkan telepon pintar dan jejaring sosial yang telah mendukung aktivitas e-commerce. Berkat alat ini, jumlah pembeli online meningkat secara signifikan. Pentingnya e-commerce sebagai cara yang nyaman untuk menjual atau membeli barang selalu menjadi perhatian pengguna dan pelanggan. (Zaki Mahmed Channak.2023)

Dalam mengikuti kemajuan dan kecanggihan teknologi yang membawa banyak nilai positif ini, melakukan aktivitas e-commerce tidak selalu aman. Perdagangan di era digital ini memungkinkan timbulnya perilaku yang melanggar etika karna ada orientasi orang yang menganggap dirinya paling benar di segala macam situasi. Selain itu kehadiran teknologi E-Commerce ini seringkali digunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab untuk mencari keuntungan pribadi yang tentunya membuat pihak lain menjadi rugi. Oknum yang melakukan kejahatan untuk mencari keuntungan pribadi ini biasanya cenderung mengarah ke suatu bentuk kecurangan yakni penipuan. Penipuan yang dilakukan oknum tidak bertanggungjawab ini dapat terjadi kapanpun dan dimanapun. (Rasyid Setiawan. 2023). Kekhawatiran lainnya yakni privasi. pelanggan khawatir untuk memberikan informasi pribadi mereka secara online ketika mereka merasa bahwa informasi pribadi mereka adalah mangsa empuk bagi peretas yang berkeliaran di dunia maya. Masalah privasi tidak muncul dari ruang hampa; sebaliknya, banyaknya contoh pelanggaran privasi, peretas, pencurian data, dan penyalahgunaan data



telah meningkatkan kekhawatiran pelanggan dan membuat mereka merasa bahwa e-commerce tidak aman. Namun dilain sisi, mereka juga sulit untuk melepaskan dikarenakan hal ini penting bagi kehidupan mereka.

Sebagian besar pakar berpendapat bahwa kurangnya peraturan e-commerce dan tidak adanya undang-undang nasional dan internasional yang kuat mendorong perusahaan untuk meningkatkan model bisnis mereka daripada melindungi informasi pribadi sebagai prioritas. (Zaki Mahmed Channak.2023). Hal ini sejalan dengan pendapat (Permatasari, 2019) bahwa Perilaku tidak etis dalam bisnis juga sering terjadi sebagai akibat dari peluang yang diberikan oleh undangundang dan peraturan yang kemudian disahkan dan dielakkan dan kemudian digunakan sebagai dasar penegakan perilaku tidak etis dalam bisnis.

Dalam melakukan kegiatan berbisnis penting bagi pelaku bisnis untuk membangun kepercayaan dengan para konsumen guna meningkatkan pendapatannya. Oleh karena itu, dalam kondisi apapun dibutuhkan suatu kesadaran diri atau moral yang akan membuat keputusan didalam kondisi apapun tetap memiliki nilai etika. Bisnis yang etis adalah bisnis yang dapat memberi manfaat maksimal pada pelaku kegiatan baik itu konsumen maupun pelaku usaha bukan sebaliknya, yang mungkin hanya menguntungkan salah satu pihak saja. Teknologi memanfaatkan manusia sebagai sarana untuk memudahkan pekerjaan dan menjaganya serta keefektifan dalam berbisnis jika teknologi yang digunakan sebagaimana mestinya dan sesuai etika yang ada. Segala sesuatu yang dilakukan manusia akan berhasil baik jika dilakukan dengan cara yang benar dan sesuai dengan aturan-aturan moral yang berlaku. (Lestari Anggraini.2022)

Pendekatan filsafati terhadap bisnis tentu bukan tanpa alasan. Banyak pemikir menunjukkan bahwa filsafat

seharusnya berkontribusi bagi pemahaman terhadap prinsip dan praktik bisnis. filsafat sekarang bukan merupakan sebuah disiplin akademik yang teknis, kaku, dan tidak memiliki kepentingan dan signifikansi bagi publik pada umumnya. Etika bisnis sebagai bagian dari metaetika dan etika terapan memberikan sumbangan positif berupa pertimbangan-pertimbangan moral aktual berhadapan dengan berbagai kebijakan dan praktik bisnis yang berlangsung. (Urbanus Ura Weruin.2019)

Hal yang perlu digaris bawahi bahwa saat ini terdapat ratusan ribu situs e-commerce, baik itu perusahaan besar maupun kecil jika etika dalam bisnis tidak diperhatikan dengan baik maka perusahaan kecil akan sangat merasakan dampaknya. Perusahaan kecil akan kehilangan pelanggan dengan sangat cepat jika etika mereka dipertanyakan. Ada begitu banyak pilihan online saat ini sehingga jika pelanggan tidak menyukai apa yang dilakukan atau cara perusahaan tersebut melakukannya, mereka dapat mencari di tempat lain dan menemukan produk dan layanan serupa dengan bisnis yang memiliki etika dengan cara yang positif. Oleh karena itu, sangat penting untuk bersikap etis dalam e-commerce, bagaimana kita bisa dikatakan berperilaku etis itulah yang akan kita bahas di dalam artikel ini.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini yakni menggunakan penelitian dengan metode deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*), yaitu mengumpulkan data sekunder atau data yang diperoleh dari data yang telah dibukukan, baik berupa laporan-laporan maupun hasil penelitian terdahulu yang berasal dari *media online*, *google scholar* dan *literature online*. Tentunya literatur terkait dengan apa yang akan dibahas dalam penelitian ini. (Vera Maria. 2022).

3. Pembahasan

Etika

Ajaran etika pertama kali diturunkan dari mulut ke mulut, dari orang tua dan orang yang lebih tua, namun ketika masyarakat belajar menggunakan kata-kata tertulis, mereka mulai menetapkan keyakinan etis mereka. Istilah etika dapat merujuk pada studi filosofis tentang konsep moral benar dan salah, moral baik dan buruk, Etika juga terkait dengan prinsip atau nilai agama, budaya, profesi tertentu, atau kelompok lain mana pun yang memiliki ciri pandangan moral. Etika atau ethics berasal dari bahasa Inggris yang mengandung banyak pengertian Dari segi etimologi, istilah etika berasal dari bahasa latin ethius (dalam bahasa Yunani adalah ethos) yang dalam bentuk tunggal memiliki banyak arti kebiasaan, ahklak, watak, sikap, cara berfikir. Perkataan etika berasal dari bahasa yunani ethos yang berarti kebiasaan. Yang dimaksud adalah kebiasaan baik atau kebiasaan buruk. Dalam kepustakaan, umumnya, kata etika di artikan sebagai ilmu. Makna etika dalam Kamus Buku Besar Bahasa Indonesia, misalnya, adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau ahklak. secara terminologis etika berarti pengetahuan yang membahas baik-buruk atau benar-tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia. (Depita Sari. 2021)

Selain itu penegertian etika menurut pakar aristoteles terbagi menjadi dua, yakni Terminus Technicus serta Manner and Cutom. Terminus Technicus adalah etika menjadi ilmu pengetahuan yg mempelajari problema tingkah laku atau perbuatan individu (insan), sedangkan Manner and Cutom artinya pengkajian etika berkaitan menggunakan tata cara dan norma yg menempel pada diri individu, serta terkait menggunakan baik dan buruknya tingkah laku , perbuatan, ataupun perilaku individu tersebut.

Dalam pengertian yang lebih luas, etika mencerminkan manusia dan interaksinya dengan alam dan manusia lain, kebebasan, tanggung jawab, dan keadilan. Dapat dikatakan bahwa secara umum etika berkaitan dengan kemandirian manusia terfokus pada hubungan yang terjalin antara manusia dan dunia. Meskipun etika selalu dipandang sebagai cabang filsafat, sifat praktisnya yang mencakup semua menghubungkannya dengan banyak bidang studi lain, termasuk antropologi, biologi, ekonomi, sejarah, politik, sosiologi, dan teologi. Namun, etika tetap berbeda dari disiplin ilmu lain karena etika bukanlah persoalan pengetahuan faktual seperti halnya ilmu pengetahuan dan cabang penyelidikan lainnya. Sebaliknya, hal ini berkaitan dengan penentuan sifat teori normatif dan penerapan prinsip-prinsip tersebut pada permasalahan moral praktis. (Peter Singer. 2023)

Jadi dapat disimpulkan etika yakni suatu ilmu yang menjadi landasan cara berfikir dan berperilaku yang sesuai dengan aturan yang berlaku. Etika sangatlah penting karena etika mampu memberikan identitas, memberikan penilaian, mencerminkan serta memupuk hubungan antar manusia.

Bisnis

Istilah "bisnis" mengacu pada upaya dan aktivitas terorganisir individu untuk memproduksi dan menjual barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan. Skala bisnis berkisar dari kepemilikan perseorangan hingga perusahaan internasional. Bisnis didefinisikan sebagai organisasi atau badan usaha yang terlibat dalam kegiatan komersial, industri, atau profesional. Bisnis dapat berupa entitas nirlaba atau organisasi nirlaba yang beroperasi untuk memenuhi misi amal atau memajukan tujuan sosial. (Garry Alfonsius.2021) Menurut Griffin dan Ebert, Sukirno dalam (Aswand Hasoloan. 2018) juga mengatakan bahwa bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba.

Sudut pandang ekonomis. Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Yang terjadi disini adalah adanya interaksi antara produsen/perusahaan dengan pekerja, produsen dengan konsumen, produsen dengan produsen dalam sebuah organisasi. Kegiatan antar manusia ini adalah bertujuan untuk mencari untung oleh karena itu menjadi kegiatan ekonomis. Pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi dilakukan melalui interaksi yang melibatkan berbagai pihak.

Sudut pandang etika. Dalam bisnis, berorientasi pada profit, adalah sangat wajar, akan tetapi jangan keuntungan yang diperoleh tersebut justru merugikan pihak lain. Tidak semua yang bisa kita lakukan boleh dilakukan juga. Kita harus menghormati kepentingan dan hak orang lain. Pantas diperhatikan, bahwa dengan itu kita sendiri tidak dirugikan, karena menghormati kepentingan dan hak orang lain itu juga perlu dilakukan demi kepentingan bisnis kita sendiri.

Sudut pandang Hukum, bisa dipastikan bahwa kegiatan bisnis juga terikat dengan "Hukum" Hukum Dagang atau Hukum Bisnis. Seperti etika, hukum juga merupakan sudut pandang normatif, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dari segi norma, hukum lebih jelas dan pasti daripada etika, karena peraturan hukum dituliskan hitam atas putih dan ada sanksi tertentu bila terjadi pelanggaran. (Bosman Butarbutar.2019)

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan norma-norma yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam melakukan bisnisnya. Dengan adanya etika bisnis ini maka tidak akan ada pihak-pihak yang merasa dirugikan, karena dalam etika bisnis sendiri sudah diatur bagaimana dalam melakukan bisnis. (Vera Maria.2022). Orientasi pada profit dalam bisnis tidak boleh menjadi alasan untuk merugikan pihak lain. Setiap pelaku bisnis hendaklah menghormati hak dan kepentingan orang lain. (Erwin Asidah.2021). Etika bisnis sejatinya bukan sekedar penerapan nilai-nilai moral dalam bisnis melainkan studi tentang praktik-praktik moral dan imoral dalam bisnis itu sendiri. Singkatnya, etika bisnis adalah studi kritis tentang moralitas bisnis. (Urbanus Ura Weruin.2019)

Dalam mengikuti perkembangan yang ada, penerapan etika bisnis di era digitalisasi dengan teknologi dan informasi sangat diperlukan sebagai rambu pengingat agar bisnis berjalan tanpa merugikan pihak manapun dan terus tumbuh dengan keputusan yang bijaksana dengan memperhatikan baik buruknya suatu tindakan. Maka dari itu prinsip yang kuat dan mendasar perlu diterapkan, prinsip tersebut yaitu:

Prinsip etika bisnis yang baik seperti menurut salah satu sumber yang penulis kutip ada lima prinsip etika bisnis menurut Keraf diantaranya adalah:

1. Prinsip otonomi Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri. Bertindak secara otonom mengandaikan adanya kebebasan mengambil keputusan dan bertindak menurut keputusan itu.
2. Prinsip kejujuran Kejujuran adalah prinsip etika bisnis yang cukup penting karena menjamin kelanggengan sebuah kegiatan bisnis.
3. Prinsip berbuat baik dan tidak berbuat jahat Berbuat baik (beneficence) dan tidak berbuat jahat (non maleficence) merupakan prinsip moral untuk bertindak baik kepada orang lain.
4. Prinsip keadilan Prinsip keadilan merupakan prinsip yang menuntut bahwa dalam hubungan bisnis, seseorang memperlakukan bisnis, seseorang memperlakukan orang lain sesuai haknya.

5. Prinsip hormat pada diri sendiri Prinsip ini sama artinya dengan prinsip menghargai diri sendiri, bahwa dalam melakukan hubungan bisnis, manusia memiliki kewajiban moral untuk memperlakukan dirinya sendiri sebagai pribadi yang memiliki nilai sama dengan pribadi lainnya. (Depita Sari. 2021)

Contoh penerapan dari bisnis digital:

1. E-commerce

E-commerce yang cukup terkenal adalah Amazon, dimana pada e-commerce ini mereka hanya menjual produk dari persediaan mereka sendiri dan tidak ada pihak ketiga yang menjual produknya disini.

2. Premium

Premium merupakan bisnis digital yang memiliki dua versi, yaitu versi gratis dan premium. Perusahaan akan menawarkan dua versi ini, biasanya pada versi gratis kamu akan melihat jeda iklan sedangkan pada versi premium kamu tidak akan melihatnya sehingga kamu tidak akan terganggu dengan jeda iklan tersebut pada saat menggunakan produk seperti aplikasi game. Dan tentunya, kamu bisa mengubah dari versi gratis menjadi versi premium dengan biaya tertentu.

3. On-Demand

On-demand merupakan bisnis digital yang menawarkan produk untuk bisa digunakan oleh konsumen dalam jangka waktu tertentu. Misalnya saja contoh yang cukup populer adalah Netflix dimana kamu bisa membeli paket tertentu agar bisa menonton film yang ada di aplikasi tersebut.

4. Marketplace

Di Indonesia, marketplace yang cukup banyak digunakan adalah seperti Shopee dan Tokopedia. Marketplace sendiri merupakan sarana yang diberikan untuk melakukan kegiatan jual beli dan bertransaksi. Orang-orang yang mempunyai toko dan bisnis dapat menjual barangnya secara online disini.

Aturan/Dasar Hukum Bisnis Digital Undang-Undang Perdagangan. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur semua hal yang berkaitan dengan perdagangan baik online maupun offline. Bisnis online sendiri diatur dalam Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang berbunyi sebagai berikut:

1. Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
2. Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
3. Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
4. Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat: o identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi; o persyaratan teknis Barang yang ditawarkan; o persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan; o harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan o cara penyerahan Barang.
5. Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.
6. Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin. (Adyanto Armando Purba.2023)

Selain Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, hak konsumen menjadi fokus terpenting yang wajib dipenuhi dalam transaksi e-commerce. Terpenuhinya hak konsumen, tentu memberikan kepastian bahwa penerapan etika bisnis oleh pelaku usaha dijalankan secara adil. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan sembilan hak konsumen:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Transaksi e-commerce yang berjalan melibatkan pelaku usaha dan konsumen. Selain tuntutan dalam memenuhi hak konsumen, transaksi yang terjadi juga harus memenuhi hak-hak pelaku usaha (penjual). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan lima hak pelaku usaha:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. (Hartini. 2023)
- 6.

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Walaupun dunia semakin mengalami perkembangan, bukan berarti bahwa semua kegiatan yang dilakukan dapat dilakukan dengan semena-mena. Dalam perkembangan era digital dan perkembangan dunia IT ini, etika bisnis selalu menjadi landasan setiap pelaku usaha dalam melakukan kegiatan bisnis. Semua etika atau peraturan harus tetap dijalankan semua kegiatan perlu memperhatikan hak setiap pelaku usaha maupun konsumen. Jangan sampai ketika era digital sudah diterapkan, namun etika bisnis semakin minim diterapkan. Ada beberapa peraturan yang memberikan batasan dalam berperilaku dalam berbisnis yakni dengan memperhatikan beberapa peraturan seperti, Aturan/Dasar Hukum Bisnis Digital tertuang pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, selain itu terdapat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan mengenai hak pelaku usaha. Jika tidak mampu melakukan hal-hal ini, terutama pelaku usaha perlu mengambil langkah mundur dan menilai kembali bisnis yang dilakukan.

Daftar Pustaka

- Alfonsius, G. . (2021). APA ITU BISNIS? GARRY ALFONSIUS Sarjana Sains Administrasi Bisnis di Universal Institute of Professional Management UIPM Singapura. *Jurnal Universal*, 6 (2). <https://doi.org/10.58826/uj.v6i2.17>
- Anggraini, L. (2023). ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TANTANGAN DALAM ETIKA BISNIS. *Jurnal PUSDANSI*, 2(4).
- Asidah, E., Vinuzia, M., & Yusril, M. (2021). Analysis of Online Business Ethics Through the Perspective of Sellers, Buyers, and Online Marketplace Service Providers in Indonesia. *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)*, 3.
- Butarbutar, B. (2019). Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187-195. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i2.77>
- Channak, Z. M., Alkhateeb, A., Saleh, E., Aldeeb, H., & Alsharif, S. (2023, May). Business Ethics in E-Commerce—Legal Challenges and Opportunities. In Special Issue: International Conference on Legal, Socio-economic Issues and Sustainability (Vol. 8). <https://doi.org/10.33327/AJEE-18-6S007>

- Duignan, B. (2023, 1 Desember). Peter Penyanyi. Ensiklopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Peter-Singer>
- Hartini. (2023). Etika bisnis (etika dan penerapannya). Media sains indonesia.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57). DOI: <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i57.141>
- Kotler, & Amstrong. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo
- Maria, V., & Maulana, A. (2022). Etika Bisnis Di Era Digital Dan Dunia It (Informasi Dan Teknologi) Dalam Perusahaan Pt. Indofood Tbk. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1211-1218. <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>
- Permatasari, B. (2019). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>
- Purba, A. A., Harefa, W. N. S. B., Ardhana, M. B., & Purba, B. (2023). Analisis Implementasi Etika Bisnis Pada Era Digitalisasi. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10277158>
- Sari, D., Anastasia, D., & Ferdiani, A. (2021). Etika Bisnis Dalam E-Commerce. *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 1(3), 508-513. <https://doi.org/10.37385/raj.v1i3.756>
- Setiawan, R., Setiadi, M. H., & Afrizaldi, A. (2023). Pentingnya Penerapan Etika Bisnis pada Perdagangan Secara Elektronik di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi & Manajemen*, 3(1), 117-128. <https://adaindonesia.or.id/journal/index.php/sintamai>
- 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. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i2.3384>