



## TRANSFORMASI DIGITAL DALAM AKUNTANSI : PERAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI

### *DIGITAL TRANSFORMATION IN ACCOUNTING: THE ROLE OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS*

**Nur Fauziah<sup>1</sup>, Rayyan Firdaus<sup>2</sup>**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh

E-mail : [nur.230420113@mhs.unimal.ac.id](mailto:nur.230420113@mhs.unimal.ac.id)<sup>1</sup>, [Rayyan@unimal.ac.id](mailto:Rayyan@unimal.ac.id)<sup>2</sup>

#### Article history :

Received : 08-12-2024

Revised : 10-12-2024

Accepted : 12-12-2024

Published: 13-12-2024

#### Abstract

*The digital era brings new challenges to the business world, especially in the application of ethical principles and the creation of a sustainable business environment. This article discusses the importance of the role of ethics in dealing with the development of digital technology and its impact on various aspects of business. Ethics are a moral foundation that not only regulates business behavior but also increases trust and credibility in the eyes of stakeholders. Business ethics in the digital era are not only limited to basic principles such as honesty and fairness, but also include data management, data protection, and digital responsibility. Cases of corporate ethics violations such as the Enron scandal show the importance of transparency and accountability in the digital era. In addition, the integration of technologies such as big data, AI, and blockchain has increased the operational efficiency of companies while maintaining high ethical standards. New challenges in the digital business environment, such as cybersecurity and privacy threats, require careful and ethical management. Business leaders play an important role in building ethical organizations, especially in decision-making that impacts the sustainability of the business and society as a whole. Therefore, this article emphasizes that the application of ethics in business is important not only to achieve short-term profits, but also to create long-term sustainability that benefits everyone involved.*

**Keywords:** *Digital Transformation, Accounting Information System, Digitalization, Accounting, Technology.*

#### Abstrak

Era digital membawa tantangan baru bagi dunia bisnis, terutama dalam penerapan prinsip etika dan penciptaan lingkungan bisnis yang berkelanjutan. Artikel ini membahas tentang pentingnya peran etika dalam menghadapi perkembangan teknologi digital dan dampaknya terhadap berbagai aspek bisnis. Etika merupakan landasan moral yang tidak hanya mengatur perilaku bisnis namun juga meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas di mata pemangku kepentingan. Etika bisnis di era digital tidak hanya sebatas pada prinsip dasar seperti kejujuran dan keadilan, namun juga mencakup pengelolaan data, perlindungan data, dan tanggung jawab digital. Kasus pelanggaran etika perusahaan seperti skandal Enron menunjukkan pentingnya transparansi dan akuntabilitas di era digital. Selain itu, integrasi teknologi seperti big data, AI, dan blockchain telah meningkatkan efisiensi operasional perusahaan sekaligus mempertahankan standar etika yang tinggi. Tantangan baru dalam lingkungan bisnis digital, seperti keamanan siber dan ancaman privasi, memerlukan pengelolaan yang cermat dan etis. Pemimpin bisnis memainkan peran penting dalam membangun organisasi yang beretika, terutama dalam pengambilan keputusan yang berdampak pada keberlanjutan bisnis dan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, artikel ini menekankan bahwa



penerapan etika dalam bisnis penting tidak hanya untuk mencapai keuntungan jangka pendek, tetapi juga untuk menciptakan keberlanjutan jangka panjang yang menguntungkan semua orang yang terlibat.

**Kata kunci: Transformasi Digital, Sistem Informasi Akuntansi, Digitalisasi, Akuntansi, Teknologi.**

## **PENDAHULUAN**

Sistem informasi akuntansi adalah jenis sistem informasi yang mengubah data transaksi komersial menjadi informasi keuangan yang berguna bagi pengguna. Fungsi sistem informasi akuntansi adalah untuk mendukung operasi sehari-hari, mendukung pengambilan keputusan manajemen, dan memberikan akuntabilitas. Akuntansi membuat dua jenis laporan yaitu, satu untuk pengguna eksternal dan satu lagi untuk pengguna internal. Pelaporan eksternal biasanya berbentuk laporan keuangan yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, dan perubahan arus kas. Pengguna eksternal menggunakan laporan keuangan untuk membuat keputusan tentang investasi, pajak, pinjaman, dan banyak lagi. Di sisi lain, laporan yang dibuat oleh pengguna akuntansi internal digunakan untuk manajemen organisasi. (Nufus, 2018)

Miller (2019) menggarisbawahi beberapa keterampilan yang diperlukan oleh semua akuntan untuk berhasil dalam pekerjaan mereka. Akuntan perlu memiliki beberapa keterampilan demi menghadapi zaman digital. Pertama, ketelitian. Para profesional akuntansi perlu memperhatikan detail agar informasi tetap tepat dan terstruktur. Dengan begitu banyak informasi keuangan yang harus dianalisis, sangat mudah untuk melakukan kesalahan. Namun, kesalahan kecil bisa menimbulkan masalah yang lebih besar jika tidak segera terdeteksi. Kedua yaitu Pemahaman bisnis. Untuk menjalankan tugas ini dengan baik, akuntan harus tahu fungsi dasar bisnis sehingga mereka bisa menganalisis dan memahami data keuangan dengan benar. Fondasi bisnis yang kokoh memberikan konteks untuk informasi keuangan yang digunakan akuntan setiap harinya. Ketiga, kemampuan teknologi. Agar dapat bekerja dengan efisien, para profesional di bidang ini perlu terampil dalam menggunakan perangkat lunak akuntansi canggih dan alat berbasis komputer lainnya. (Nasrah, 2023)

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi yang cepat telah mengakibatkan perubahan signifikan di banyak aspek kehidupan. Dalam bidang akuntansi, teknologi telah mempengaruhi cara akuntan mengumpulkan, mengolah, dan mengevaluasi data keuangan. Hingga kini, akuntansi sering dilakukan sebagai proses pencatatan transaksi yang manual dan memakan waktu dengan alat tradisional seperti sempoa dan buku besar. Namun, dengan perkembangan teknologi terkini seperti *software* akuntansi dan sistem informasi akuntansi digital, proses ini menjadi lebih efisien, tepat, dan mudah diakses. (Hasanah & Purbawati, 2024)

## **Litratur Review**

Etika bisnis telah menjadi fokus utama dalam diskusi akademis dan praktik bisnis. Velasquez, dalam Nugroho & Arijanto (2015), mendefinisikan etika bisnis sebagai studi tentang moral yang benar dan salah dalam konteks bisnis. Etika ini berkaitan dengan standar moral yang berlaku pada institusi dan perilaku bisnis, di mana perusahaan diharapkan mengadopsi prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam setiap pengambilan keputusan. Bertens (2004) menambahkan bahwa etika dapat dilihat dalam tiga posisi utama, yakni sebagai sistem nilai, kode etik, dan filsafat moral. Etika sebagai sistem nilai membantu pelaku bisnis menentukan apa yang dianggap baik dan tidak merugikan banyak orang. Sementara itu, etika sebagai kode etik



berfungsi sebagai panduan moral dalam menjalankan bisnis, dan etika sebagai filsafat moral menjadi landasan analitis untuk menentukan tindakan yang benar atau salah.

Di era digital, konsep etika bisnis semakin dipertajam oleh perkembangan teknologi. Menurut Maria & Maulana (2022), penerapan etika dalam bisnis digital melibatkan prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas moral. Prinsip-prinsip ini menjadi landasan untuk memastikan bisnis tetap berjalan secara etis, meskipun berada dalam lingkungan yang serba cepat dan kompetitif. Skandal Enron, seperti dijelaskan oleh Sekar Putri et al. (2024), menjadi contoh nyata pelanggaran etika yang terjadi di era digital, di mana manipulasi data dan pelanggaran kepercayaan berdampak besar pada berbagai pemangku kepentingan.

Digitalisasi juga membawa tantangan baru terkait privasi dan keamanan data. Muchtar et al. (2024) menyoroti bagaimana perkembangan teknologi, seperti kecerdasan buatan dan *blockchain*, membuka peluang bagi bisnis untuk memperkuat transparansi dan efisiensi, tetapi juga meningkatkan risiko etika terkait pengelolaan data dan privasi pengguna. Geissdoerfer et al. (2018) menekankan bahwa transformasi digital tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis, tetapi juga harus berintegrasi dengan prinsip-prinsip etika dan keberlanjutan agar bisnis dapat bertahan jangka panjang.

Etika dalam bisnis digital tidak hanya terbatas pada pengelolaan data, tetapi juga mencakup tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Menurut Chandra et al. (2021), penerapan etika bisnis dalam CSR menjadi semakin relevan seiring dengan meningkatnya kesadaran global terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Perusahaan yang mampu beroperasi secara etis dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial dan ekonomi akan lebih mudah mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan pemangku kepentingan, serta memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar global.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Transformasi digital merupakan upaya untuk menggabungkan teknologi digital ke dalam setiap aspek operasional dan strategi bisnis, yang secara mendalam mengubah cara perusahaan berjalan dan memberikan nilai kepada konsumen. Proses ini tidak hanya mencakup penerapan teknologi baru, tetapi juga mengubah budaya organisasi, membangun keterampilan pegawai, dan menyesuaikan proses bisnis agar dapat sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi. Dengan semakin banyaknya konsumen yang bergantung pada teknologi untuk berinteraksi dengan merek, transformasi digital menjadi sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna, mempercepat inovasi, dan meningkatkan efisiensi dalam operasi. Perusahaan yang sukses dalam melakukan transformasi digital dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dalam pasar, menggunakan data untuk membuat keputusan yang lebih baik, dan mengembangkan model bisnis yang lebih fleksibel serta responsif. Oleh sebab itu, transformasi digital bukan hanya sekedar penerapan teknologi, melainkan perubahan menyeluruh yang mencakup seluruh aspek bisnis untuk bertahan dan bersaing di dunia yang semakin terhubung dan kompleks.



## 1. Peran Etika dalam Bisnis di Era Digital

Dalam mengikuti perkembangan yang ada, penerapan etika bisnis di era digitalisasi dengan teknologi dan informasi diperlukan sebagai rambu pengingat agar bisnis berjalan tanpa merugikan pihak mana pun 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 ; 1) Prinsip otonomi, di mana pelaku bisnis secara sadar bertanggung jawab atas bisnisnya dan bebas namun tetap sadar dalam melakukan suatu tindakannya. 2) Prinsip kejujuran, di mana hal ini penting untuk keberlangsungan bisnis, kejujuran relevan dalam hubungan kerja internal dan eksternal dalam suaru bisnis. 3) Prinsip keadilan, inti dari prinsip ini adalah keseimbangan antara hak dan kewajiban bagi setiap orang khususnya yang berhubungan dengan bisnis. 4) Prinsip saling menguntungkan, prinsip ini mengutamakan tidak adanya pihak yang merasa dirugikan dengan kata lain menanamkan kesadaran ke semua pihak untuk saling memberikan keuntungan. 5) Prinsip integritas moral, pelaku bisnis dituntut untuk berbuat dan bertindak dengan baik dan menjadi yang terbaik bagi bisnisnya. Pengambilan keputusan perlu diperhitungkan secara matang agar mendapatkan keputusan yang maksimal sehingga keputusan tersebut dihormati oleh pihak - pihak yang bersangkutan.(Maria & Maulana, 2022)

Skandal Enron adalah contoh nyata pelanggaran etika bisnis yang serius di era digital, di mana transparansi dan akuntabilitas menjadi hal yang sangat penting. Perusahaan sengaja memanipulasi laporan keuangannya dengan menggunakan entitas bertujuan khusus (SPE) untuk menyembunyikan jumlah besar utang yang sebenarnya dimilikinya. Mereka melaporkan utang sebagai pendapatan, memberikan kesan bahwa posisi keuangan Enron jauh lebih baik daripada yang sebenarnya. Tindakan tersebut menipu pemegang saham, investor dan masyarakat serta melanggar prinsip dasar etika bisnis yang mensyaratkan transparansi dan kejujuran dalam pelaporan keuangan. Selain itu, kolusi antara manajemen Enron dan auditor eksternal (Arthur Andersen) semakin memperburuk situasi, karena auditor seharusnya berfungsi dalam kapasitas netral untuk menjaga integritas pelaporan keuangan.

Selain manipulasi finansial, Enron juga melanggar kewajiban fidusianya kepada pemegang saham dan karyawannya. Setelah mengetahui situasi keuangan sebenarnya, para eksekutif diam-diam menjual saham perusahaan mereka dan mendorong pegawai negeri dan pekerja kantor untuk membeli saham mereka sendiri. Ribuan karyawan kehilangan dana pensiunnya karena investasi yang salah dan tidak jelas. Kasus ini menunjukkan betapa pentingnya etika bisnis, terutama di era digital di mana informasi mudah diakses dan keputusan keuangan memiliki implikasi yang luas. Enron gagal memenuhi tanggung jawab sosial perusahaannya dan mengorbankan banyak pemangku kepentingan demi keuntungan pribadi para eksekutifnya. (Sekar Putri dkk., 2024)

## 2. Keberlanjutan dalam Bisnis : Mengintegrasikan Etika dan Digitalisasi

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek bisnis, termasuk etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Teknologi digital seperti *big*



*data*, *artificial intelligence*, dan *blockchain* telah meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi operasional perusahaan. Misalnya, perusahaan dapat menggunakan *big data* untuk memantau praktik etis dalam rantai pasokannya, memastikan bahwa pemasok mematuhi standar etika yang telah ditetapkan. Selain itu, platform media sosial memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi secara langsung dengan pemangku kepentingan mereka, memperkuat hubungan dan memfasilitasi dialog yang lebih terbuka mengenai isu-isu sosial dan lingkungan.

Dengan kemajuan digital, etika bisnis kini mencakup tanggung jawab digital, yang mencakup pengelolaan data, privasi, dan penggunaan teknologi yang etis. Perusahaan semakin diharapkan untuk menjaga integritas data dan memastikan keamanan informasi pelanggan. Peningkatan regulasi seperti GDPR di Eropa menggaris bawahi pentingnya etika dalam pengelolaan data digital. (Algunadi dkk., 2024)

Bisnis berkelanjutan atau *sustainable business* adalah sebuah bisnis yang dapat dijalankan baik pada tempo musiman hingga waktu pelaksanaan tahunan. Kehadiran bisnis diharapkan bukan hanya sekedar memperhatikan segi keuntungan yang didapatkan, tetapi juga memberi manfaat berkelanjutan yang bisa dinikmati pada masa depan (Jørgensen & Pedersen, 2018). Inovasi bisnis model berkelanjutan (*sustainable business model innovation*) adalah analisis dan perencanaan transformasi pada model bisnis yang lebih berkelanjutan atau dari sebuah model bisnis berkelanjutan menuju kepada suatu model bisnis lainnya. Beberapa jenis dari inovasi bisnis model berkelanjutan di antaranya yaitu rintisan wirausaha yang berkelanjutan, transformasi model bisnis yang berkelanjutan, diversifikasi model bisnis yang berkelanjutan, dan akuisisi model bisnis yang berkelanjutan (Geissdoerfer et al., 2018). Implementasi inovasi bisnis model berkelanjutan menghadapi beberapa tantangan yakni fundamental, pola pikir, sumber daya, inovasi teknologi, hubungan eksternal, metode dan alat (Evans et al., 2017). Pada bisnis berkelanjutan memiliki tiga pemicu utama dalam perkembangan model bisnis yang ada, yaitu digitalisasi dan teknologi sebagai ruang peluang, perubahan gaya hidup konsumen, dan masalah keberlanjutan (Jørgensen & Pedersen, 2018). (Christy Nathaniela dkk., t.t.)

### 3. Tantangan dan Peluang Etika dalam Lingkungan Bisnis Digital

Perkembangan teknologi yang pesat, seperti kecerdasan buatan, *internet of things*, dan *blockchain*, menjadi pilar utama dalam arsitektur digital yang semakin kompleks. Di tengah dinamika ini, masyarakat global merasakan dampaknya secara langsung, menciptakan paradoks di antara kecepatan inovasi dan kesiapan institusi dan individu untuk menghadapi perubahan tersebut. Tantangan keamanan siber yang semakin canggih, mulai dari serangan peretasan hingga ancaman *malware* yang mutakhir, menjadi bayang-bayang yang mengiringi langkah kita di dunia maya.

Dalam menjelajahi dunia *cyber*, muncul dilema etika yang kompleks. Penggunaan teknologi yang memungkinkan pengumpulan besar-besaran data dan kontrol informasi menimbulkan pertanyaan fundamental mengenai privasi, kebebasan, dan dampak sosial. Cara data dikumpulkan, digunakan, dan dikelola menjadi pokok pembahasan etika, dengan perhatian khusus pada batas-batas etika dan dampaknya terhadap hak asasi manusia. Pemikiran etis menjadi krusial dalam merancang kebijakan, mengembangkan teknologi, dan mengelola informasi di dunia *cyber*. Isu privasi menjadi sentral karena teknologi memberikan kemampuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data pribadi secara mendalam, menimbulkan pertanyaan



tentang sejauh mana kita dapat mengorbankan privasi untuk kemajuan teknologi. Di balik tantangan tersebut, terdapat potensi besar untuk mempercepat kemajuan dan membangun fondasi baru untuk masa depan yang berkelanjutan. Inovasi teknologi dapat menjadi katalis untuk peningkatan efisiensi, kreativitas, dan inklusivitas dalam berbagai aspek kehidupan. Pembahasan etika di dalam dunia *cyber* juga menjadi bagian integral dalam menjaga keseimbangan antara progres teknologi dan nilai-nilai moral yang mengakar dalam masyarakat kita. (Muchtart dkk., 2024)

Lingkungan bisnis digital menawarkan berbagai peluang bagi bisnis untuk menjangkau konsumen secara luas dan terarah melalui berbagai platform digital seperti media sosial, *website*, dan email. Dengan menggunakan teknologi digital, perusahaan dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien dibandingkan metode tradisional. Media sosial, misalnya, memungkinkan bisnis untuk berinteraksi langsung dengan konsumen potensial, mempromosikan produk atau layanan, dan mengukur respons secara *real-time*.

Platform digital memungkinkan bisnis untuk mempromosikan produk dan layanan mereka secara kreatif dan menarik, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Konten visual seperti video dan gambar dapat digunakan untuk menarik perhatian konsumen dan membuat mereka lebih tertarik dengan apa yang ditawarkan oleh bisnis. (Rees, 2020) Melalui *website* yang dioptimalkan, perusahaan dapat menyediakan informasi mendetail tentang produk atau layanan, serta memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan informatif. Interaksi yang terjadi melalui platform ini tidak hanya membantu dalam mempromosikan produk tetapi juga dalam membangun loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang konsisten dan relevan. Lingkungan bisnis digital dapat membantu bisnis meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan *traffic website*, dan mendorong konversi penjualan. Kampanye pemasaran yang tepat dapat meningkatkan visibilitas merek di dunia digital, membuatnya lebih dikenal oleh konsumen. Dengan strategi SEO yang baik, bisnis dapat meningkatkan peringkat mereka di mesin pencari, yang pada gilirannya meningkatkan jumlah pengunjung ke situs web mereka. Lebih banyak *traffic* ke *website* berpotensi menghasilkan lebih banyak peluang penjualan. Selain itu, dengan menggunakan analitik digital, bisnis dapat melacak dan memahami perilaku konsumen, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan meningkatkan tingkat konversi dari pengunjung menjadi pelanggan.

(Ratna Sari Santoso, 2023)

#### **4. Penerapan Praktis Etika dalam Membangun Lingkungan Bisnis yang Berkelanjutan**

Salah satu elemen penting dalam IHRM adalah penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Etika bisnis melibatkan prinsip-prinsip moral yang mengatur perilaku individu dan organisasi dalam dunia bisnis, termasuk kejujuran, integritas, keadilan, dan kepatuhan terhadap hukum. (Bhegawati, 2022) menyatakan bahwa etika bisnis memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas perusahaan di mata pemangku kepentingan. Dalam praktiknya, etika bisnis menuntut perusahaan untuk beroperasi secara etis, transparan, dan adil, serta membuat keputusan yang mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap semua pemangku

kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat luas.



Penerapan etika bisnis dan CSR dalam IHRM menjadi semakin relevan karena beberapa alasan. Pertama, kesadaran global yang meningkat tentang isu-isu sosial dan lingkungan mendorong perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak operasional mereka. Menurut teori legitimasi yang diusulkan oleh (Chandra et al., 2021) perusahaan perlu beroperasi sesuai dengan norma dan nilai yang diterima masyarakat untuk mendapatkan legitimasi. Kedua, adanya tekanan dari pemangku kepentingan, termasuk investor, pelanggan, dan karyawan, yang semakin peduli terhadap praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab. (Jones et al., 2007) dalam teori pemangku kepentingannya menekankan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang. Ketiga, penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan etika bisnis dan CSR cenderung memiliki kinerja finansial yang lebih baik dan reputasi yang lebih kuat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar global. (J. B. Barney, 2014) dalam pandangan sumber daya berbasis (Resource-Based View) menyatakan bahwa sumber daya yang unik dan sulit ditiru, seperti reputasi etis, dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Misalnya, dalam beberapa budaya, hierarki dan senioritas sangat dihormati, sedangkan dalam budaya lain, kesetaraan dan partisipasi lebih diutamakan. Penerapan etika bisnis dalam IHRM harus memperhitungkan perbedaan ini untuk memastikan bahwa praktik HR seperti rekrutmen, penilaian kinerja, dan promosi dilakukan secara adil dan diterima oleh karyawan di berbagai negara. Pemahaman tentang nilai-nilai budaya lokal membantu perusahaan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan etis, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keterlibatan dan produktivitas karyawan. (Kolk, 2016) menekankan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dalam konteks internasional tidak hanya mencakup kepatuhan terhadap hukum dan regulasi, tetapi juga mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari operasi mereka di berbagai negara. Menurutnya, penerapan etika bisnis dalam IHRM melibatkan integrasi nilai-nilai etis ke dalam kebijakan dan praktik HR di seluruh organisasi. Ini mencakup rekrutmen yang adil, di mana proses seleksi harus transparan dan bebas dari diskriminasi, serta memastikan bahwa semua kandidat memiliki kesempatan yang sama berdasarkan kemampuan dan kualifikasi mereka. (Adrai & Hikmah Perkasa, 2024)

## **5. Peran Pemimpin dalam Membangun Bisnis yang Beretika**

Salah satu karakteristik kunci seorang pemimpin besar adalah masalah etika. Begitu pun keberadaan organisasi, untuk mencapai tujuan organisasi sangat tergantung kepada etika pemimpin dan orang-orang yang berada di sekitar pemimpin. Seorang pemimpin yang sukses ialah apabila ia mampu menggerakkan sejumlah orang dalam mencapai tujuan organisasi. Apalagi dalam organisasi ini akan ditemukan beberapa unsur, di antaranya: visi-misi, tujuan dan program kerja, struktur organisasi, kode etik organisasi, hubungan antar lini organisasi, individu-individu, kepemimpinan, dan dinamika organisasi yang ke semuanya itu pasti akan saling bersinggungan.

Arti lainnya, apabila kepemimpinan yang memiliki peran sentral tersebut tidak diikat dengan sebuah etika kepemimpinan tentu akan mengganggu jalannya organisasi itu sendiri. Lalu, yang menjadi masalah adalah bagaimana sesungguhnya peran etika dan kepemimpinan dalam organisasi kesehatan itu?



Kepemimpinan dalam organisasi adalah merupakan suatu proses yang rumit dan vital. Hal ini mungkin merupakan faktor yang benar-benar membedakan antara sejumlah pemimpin yang lebih berhasil dengan pemimpin yang gagal dalam memimpin organisasi. Makanya menurut Peter Koestenbaum (1991) kepemimpinan adalah seni

menggabungkan hasil dan hati. Kemanusiaan adalah sebagai bukti yang terdapat dalam model yang disimpulkan dalam 4 karakteristik kunci seorang pemimpin besar. Visi (berpikir besar dan baru), realitas (peka dengan fakta-fakta tanpa ilusi melalui kerendahan hati dan keterbukaan), etika (integritas dan kewajiban melayani dan peka menghadapi orang), dan keberanian (bertanggung jawab dengan tindakan dan siap mengambil risiko). (Josia Hutabarat dkk., 2023)

## KESIMPULAN

Etika bisnis menjadi landasan penting yang harus dipatuhi oleh seluruh perusahaan, apalagi mengingat semakin kompleksnya dinamika bisnis di era digital. Berdasarkan literatur yang dibahas, etika bisnis dapat dipahami sebagai sistem nilai, kode etik, dan filosofi moral yang mengatur perilaku bisnis untuk menjaga keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab. Prinsip-prinsip seperti otonomi, kejujuran, keadilan, dan integritas moral penting untuk menjaga kepercayaan antara pelaku bisnis dan berbagai pemangku kepentingan. Mempraktikkan etika ini tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan, namun juga menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dan mendukung kesuksesan jangka panjang.

Di era digital, tantangan penerapan prinsip etika semakin kompleks, terutama terkait perlindungan data, transparansi, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan harus memastikan bahwa teknologi yang digunakan, seperti kecerdasan buatan, *big data*, dan *blockchain*, dioperasikan secara etis dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak mana pun. Meskipun tantangan-tantangan ini signifikan, perusahaan-perusahaan yang berhasil mengintegrasikan etika ke dalam bisnis mereka cenderung mendapatkan legitimasi yang lebih kuat dan meningkatkan daya saing global mereka. Secara keseluruhan, mempraktikkan etika bisnis yang konsisten dan tanggung jawab sosial yang tepat akan membantu perusahaan beradaptasi terhadap perubahan sekaligus menjaga keberlanjutan operasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrai, R., & Hikmah Perkasa, D. (2024). PENERAPAN ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM INTERNATIONAL HUMAN RESOURCES MANAGEMENT. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, 6(2), 68–85. <https://journal.paramadina.ac.id/68>
- Algunadi, M., Audina, S., Aulia, S., Septia, R., Putri, K. P., Hakim, A. A., & Yuniarsih, Y. (2024). *Analisis Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)*. 1–5. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/116558188/Analisis\\_Pengaruh\\_Transformasi\\_Digital\\_Terdapat\\_Etika\\_Bisnis\\_Dan\\_Tanggung\\_Jawab\\_Sosial\\_Perusahaan\\_CSR\\_-libre.pdf?1720023990=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAnalisis\\_Pengaruh\\_Transformasi\\_Digital\\_T.pdf&Expires=1726654644&Signature=enDGtlnuhUxfxCSPSSfEGWNj80ACUc4cV4lmvPrLJJtDbic3Z6iHDcEILRIC0KPEKzi2RbZrHtodO12F97P1oUq16EB0wb6vF8LGe5UuO47rwJiCxs](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/116558188/Analisis_Pengaruh_Transformasi_Digital_Terdapat_Etika_Bisnis_Dan_Tanggung_Jawab_Sosial_Perusahaan_CSR_-libre.pdf?1720023990=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAnalisis_Pengaruh_Transformasi_Digital_T.pdf&Expires=1726654644&Signature=enDGtlnuhUxfxCSPSSfEGWNj80ACUc4cV4lmvPrLJJtDbic3Z6iHDcEILRIC0KPEKzi2RbZrHtodO12F97P1oUq16EB0wb6vF8LGe5UuO47rwJiCxs)



YoHgqRt3HQe2OxfVD2uHb9i0yxXcfYwolYblOPZOJKKYxb9LeN34SdczR1TcfGDQ5U  
jBGWxjr9C0R7ZsjJB-  
cPMfWqsCNMbbcZHHrUsWqeMeYLHb~Nc~uTFgnKiNEHROkvIENfMxL44YLKeClg3  
u390DWY2~DevqqvBiF9AXyMIVJI71mO7rHnklgS8atqJs5qowTVc2lxYe0D99Sb6sBIK  
VpE--rWDjWYeg\_\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Christy Nathaniela, T., Afia, N., Firdausi, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (t.t.). *Inovasi Model Bisnis Berkelanjutan : Teknologi, Gaya hidup & keberlanjutan*. 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.07.007>

Josia Hutabarat, P., Ade Nasution, J., & Gea, I. (2023). Etika Kepemimpinan dalam Organisasi. *Jurnal Pendidikan dan Humaniora*, 2(2), 1035–1043. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/download/209/206/442>

Maria, V., & Maulana, A. (2022). Etika Bisnis di Era Digital dan Dunia IT (Informasi dan Teknologi) dalam Perusahaan PT. Indofood Tbk. *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4). <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>

Muchtar, P., Bintang Al -Faridzi, M., Rafli Rismawan, M., & UI Hosnah, A. (2024). MENJELAJAHI DUNIA CYBER TANTANGAN, PELUANG, DAN ETIKA DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(1), 293–300. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura>

Nasrah, H. (2023). AKUNTANSI MANAJEMEN DALAM ERA DIGITAL. *Jurnal Embistek*, 2(2), 201–210. <https://embistek.org/jurnal/index.php/embistekvolume>

Nufus, K. (2018). ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENJUALAN. *Management and Business*, 1(1), 61–70. <https://www.ojspustek.org/index.php/SJR/article/download/103/99/192>

Ratna Sari Santoso, O. (2023). Digital Marketing: Antara Peluang dan Tantangan Etika Bisnis. *Journal of Social Science Research*, 3(6), 12940–12952. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/12924/8750/21718>

Sekar Putri, I., Widiyastuti, K., Ananda Putri, N., & Kumala Sari, V. (2024). Pelanggaran Etika Profesi Akuntansi (Studi Kasus Enron Corporation). *Journal of Business and Halal Industry*, 1(4), 1–7. <https://economics.pubmedia.id/index.php/jbhi/article/download/278/286/1271>