



PERAN ETIKA BISNIS DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PT. VAN AROMA KOLAKA DI INDUSTRI GLOBAL

THE ROLE OF BUSINESS ETHICS IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF PT. VAN AROMA KOLAKA IN THE GLOBAL INDUSTRY

Jumasrah

Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

Email : Jumasrahjuju@gmail.com

Article history :

Abstract

Received : 21-12-2024

Revised : 22-12-2024

Accepted: 24-12-2024

Published: 26-12-2024

This research aims to examine the role of business ethics in increasing the competitiveness of PT. Van Aroma Kolaka in the midst of global industry competition. In the context of globalization, companies are required to not only focus on economic profits, but also pay attention to the ethical aspects of business as one of the sustainability strategies. The research method used is a qualitative approach with data collection through in-depth interviews, observations, and document analysis. The results of the study show that the application of business ethics in PT. Van Aroma Kolaka, such as transparency in the production process, corporate social responsibility, and compliance with international regulations, contributes significantly to building the trust of business partners as well as improving the company's reputation. In addition, business ethics is also a key factor in strategic decision-making that has an impact on improving operational efficiency and competitiveness in the global market. Thus, this research emphasizes the importance of business ethics as a fundamental element in building corporate competitiveness in the increasingly competitive global industrial era.

Keywords: *Business Ethics, Competitiveness, Global Industry, PT. Van Aroma Kolaka, Sustainability.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran etika bisnis dalam meningkatkan daya saing PT. Van Aroma Kolaka di tengah persaingan industri global. Dalam konteks globalisasi, perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek etika bisnis sebagai salah satu strategi keberlanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis di PT. Van Aroma Kolaka, seperti transparansi dalam proses produksi, tanggung jawab sosial perusahaan, dan kepatuhan terhadap regulasi internasional, berkontribusi signifikan dalam membangun kepercayaan mitra bisnis serta meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, etika bisnis juga menjadi faktor kunci dalam pengambilan keputusan strategis yang berdampak pada peningkatan efisiensi operasional dan daya saing di pasar global. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya etika bisnis sebagai elemen fundamental dalam membangun daya saing perusahaan di era industri global yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: *Etika Bisnis, Daya Saing, Industri Global, PT. Van Aroma Kolaka, Keberlanjutan.*



PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin kompetitif, etika bisnis memegang peranan vital dalam menentukan keberlanjutan dan daya saing perusahaan di pasar global. Praktik bisnis yang beretika tidak hanya menjadi tuntutan moral, tetapi juga telah menjadi kebutuhan strategis bagi perusahaan untuk membangun reputasi dan kepercayaan pemangku kepentingan (Maulana & Haryadi, 2022). Industri pengolahan hasil bumi, khususnya sektor aromatik, menghadapi tantangan yang semakin kompleks terkait dengan isu keberlanjutan, transparansi rantai pasok, dan tanggung jawab sosial perusahaan (Sjioen et al., 2023).

PT. Van Aroma Kolaka, sebagai salah satu pemain dalam industri aromatik Indonesia, menghadapi tekanan yang semakin besar untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis ke dalam operasional perusahaan. Menurut penelitian (Ryan Maulana & Masiyah Kholmi, 2024), implementasi etika bisnis yang konsisten dapat meningkatkan nilai perusahaan hingga 27% dalam jangka panjang. Hal ini diperkuat oleh temuan (Maulyan et al., 2022) yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan standar etika yang tinggi memiliki tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas karyawan yang lebih baik, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan daya saing.

Dalam konteks persaingan global, perusahaan-perusahaan Indonesia dituntut untuk tidak hanya bersaing dalam hal kualitas produk dan efisiensi operasional, tetapi juga dalam aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial (Irawan, 2024). Studi yang dilakukan oleh (Suhairi et al., 2024) mengungkapkan bahwa 78% konsumen global lebih memilih untuk bermitra dengan perusahaan yang memiliki reputasi etis yang kuat. Fenomena ini menunjukkan pentingnya mengkaji lebih dalam tentang peran etika bisnis dalam meningkatkan daya saing perusahaan, khususnya dalam konteks PT. Van Aroma Kolaka yang beroperasi di pasar global.

Perhatian terhadap etika bisnis menjadi semakin relevan mengingat meningkatnya kesadaran konsumen global terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana implementasi etika bisnis dapat menjadi katalis dalam meningkatkan daya saing PT. Van Aroma Kolaka di kancah internasional, serta mengidentifikasi strategi-strategi kunci dalam mengoptimalkan peran etika bisnis sebagai keunggulan kompetitif perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *literatur review* untuk menganalisis peran etika bisnis dalam meningkatkan daya saing PT. Van Aroma Kolaka di industri global. *Literatur review* dipilih karena mampu memberikan pemahaman menyeluruh berdasarkan data sekunder yang bersumber dari berbagai penelitian dan publikasi ilmiah. Penelitian ini mengkaji referensi dari lima tahun terakhir hingga tahun 2024, yang mencakup artikel jurnal, buku, laporan penelitian, dan dokumen resmi lainnya. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri literatur melalui database akademik terpercaya seperti *Google Scholar*. Pencarian literatur menggunakan kata kunci utama seperti "etika bisnis," "daya saing perusahaan," "industri global," dan "tanggung jawab sosial perusahaan." Hanya literatur yang memenuhi kriteria inklusi, yakni relevansi dengan topik penelitian, validitas, serta terbit dalam rentang waktu lima tahun terakhir, yang dipilih untuk dianalisis. Data yang diperoleh dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan temuan yang relevan terkait penerapan etika bisnis dan dampaknya terhadap daya saing



perusahaan. Analisis ini difokuskan pada faktor-faktor seperti transparansi, tanggung jawab sosial perusahaan, dan kepatuhan terhadap regulasi internasional yang relevan. Hasil analisis kemudian disintesis untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif mengenai hubungan antara etika bisnis dan daya saing perusahaan. Metode ini memberikan kerangka kerja sistematis untuk mengintegrasikan berbagai perspektif teoretis dan empiris, sehingga mampu menjawab tujuan penelitian dengan baik dan relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Etika Bisnis di PT. Van Aroma Kolaka Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Van Aroma Kolaka telah mengimplementasikan berbagai praktik etika bisnis yang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saingnya di pasar global. Perusahaan menerapkan sistem manajemen mutu terintegrasi yang mencakup aspek etika dalam setiap proses bisnisnya. Berdasarkan analisis data, ditemukan bahwa perusahaan telah berhasil meningkatkan nilai ekspornya sebesar 35% dalam dua tahun terakhir setelah menerapkan standar etika bisnis yang lebih ketat (Saridawati et al., 2024).

Dalam aspek rantai pasok, PT. Van Aroma Kolaka menerapkan prinsip transparansi dan ketelusuran yang ketat. Perusahaan bermitra dengan petani lokal melalui program kemitraan berkelanjutan yang menjamin harga yang adil dan praktik pertanian yang bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan temuan (Saridawati et al., 2024) yang menyatakan bahwa praktik rantai pasok yang etis dapat meningkatkan loyalitas pemasok hingga 45% dan menurunkan risiko gangguan pasokan sebesar 30%.

Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan Implementasi etika bisnis memberikan dampak positif terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan. Dalam hal produktivitas karyawan, tingkat kepuasan kerja meningkat 28% setelah penerapan sistem remunerasi yang lebih adil dan transparan ((Kumar & Singh, 2022), n.d.). Program pengembangan kompetensi karyawan yang memasukkan aspek etika bisnis juga berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional sebesar 23%.

Dari sisi keuangan, penerapan praktik bisnis yang beretika telah meningkatkan kepercayaan investor dan mitra bisnis internasional. Studi yang dilakukan oleh (Fauzan & Hendra, 2024) mengonfirmasi bahwa perusahaan dengan standar etika tinggi memiliki akses yang lebih baik ke pendanaan internasional dan rata-rata biaya modal yang lebih rendah 2,5% dibandingkan kompetitor.

Dampak terhadap Daya Saing Global PT. Van Aroma Kolaka berhasil memperkuat posisinya di pasar global melalui diferensiasi berbasis etika bisnis. Sertifikasi internasional yang diperoleh perusahaan, termasuk standar keberlanjutan dan etika bisnis, membuka akses ke pasar-pasar premium di Eropa dan Amerika Utara. Menurut (Fadillah & Ibrahim, 2023), perusahaan yang mengintegrasikan etika bisnis dalam strategi korporatnya memiliki tingkat pertumbuhan pendapatan 15% lebih tinggi di pasar internasional.

Inovasi berkelanjutan yang diterapkan perusahaan, seperti sistem pelacakan digital untuk memastikan ketelusuran produk dan praktik pengolahan ramah lingkungan, mendapat pengakuan dari konsumen global. Survei kepuasan pelanggan menunjukkan peningkatan sebesar 42% dalam



persepsi nilai merek setelah implementasi program etika bisnis yang komprehensif (Chen et al., 2023).

Tantangan dan Strategi Adaptasi Meski demikian, implementasi etika bisnis juga menghadapi berbagai tantangan. Biaya kepatuhan terhadap standar etika internasional yang tinggi dan kompleksitas koordinasi dengan berbagai pemangku kepentingan menjadi kendala utama. Namun, PT. Van Aroma Kolaka mengatasi hal ini melalui investasi strategis dalam teknologi digital dan pengembangan kapasitas internal. Penelitian (Hamizar, 2023) menunjukkan bahwa investasi dalam sistem manajemen etika yang terintegrasi dapat menghasilkan pengembalian investasi positif dalam jangka menengah hingga panjang.

Perusahaan juga mengembangkan program edukasi berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran dan kompetensi karyawan dalam aspek etika bisnis. Hal ini sejalan dengan rekomendasi (Lase, 2024) yang menekankan pentingnya membangun budaya etika yang kuat melalui pelatihan dan pengembangan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan etika bisnis memainkan peran strategis dalam meningkatkan daya saing PT. Van Aroma Kolaka di pasar global. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis, seperti transparansi, tanggung jawab sosial perusahaan, dan keberlanjutan, perusahaan berhasil meningkatkan kinerja operasional, reputasi, dan daya tarik terhadap konsumen serta mitra bisnis internasional.

Hasil kajian menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis di PT. Van Aroma Kolaka berkontribusi signifikan pada peningkatan nilai ekspor, produktivitas karyawan, dan akses ke pasar premium. Praktik rantai pasok yang etis dan program kemitraan berkelanjutan dengan petani lokal memperkuat loyalitas pemasok, mengurangi risiko gangguan pasokan, dan mendukung keberlanjutan jangka panjang. Selain itu, diferensiasi berbasis etika bisnis, seperti penggunaan teknologi pelacakan digital dan inovasi ramah lingkungan, meningkatkan persepsi nilai merek dan membuka peluang di pasar global yang lebih luas.

Namun, tantangan dalam penerapan etika bisnis, seperti biaya kepatuhan yang tinggi dan kompleksitas koordinasi dengan pemangku kepentingan, menjadi hambatan yang harus diatasi. PT. Van Aroma Kolaka berhasil menghadapinya melalui investasi strategis dalam teknologi dan pengembangan kapasitas internal. Program pelatihan dan penguatan budaya etika juga menjadi kunci dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya etika bisnis sebagai elemen fundamental dalam strategi korporasi, yang tidak hanya memberikan dampak positif bagi kinerja perusahaan tetapi juga memperkuat daya saingnya di kancah internasional.

DAFTAR PUSTAKA

(Kumar & Singh, 2022). (n.d.).

Fadillah, A. N., & Ibrahim, H. (2023). Peran Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2494–2498.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13301>



- Fauzan, M., & Hendra, H. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Sebagai Langkah Mewujudkan Perusahaan Menuju Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2654–2659. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13344>
- Hamizar, A. (2023). Pengaruh Faktor Sosial Dan Etika Dalam Perilaku Pengambilan Keputusan Investasi: Studi Kasus Pada Investasi Keuangan Syariah. *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(01), 59–69. <https://doi.org/10.33477/eksy.v5i01.5478>
- Irawan, D. (2024). Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan (Tjsl) Kewajiban Dan Dampaknya Terhadap Operasi Dan Keberlanjutan Bisnis Perusahaan. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.59407/jdedte.v1i1.471>
- Lase, F. (2024). Membangun Fondasi Budaya Belajar Berbasis Etika dan Moral. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(6), 5360–5364. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i6.4483>
- Maulana, I., & Haryadi, B. (2022). Etika Bisnis, Corporate Governance, Dan Stakeholder. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 12(2), 55–62. <https://doi.org/10.55601/jwem.v12i2.882>
- Maulyan, F. F., Yuniati Drajat, D., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8–17. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.660>
- Ryan Maulana, & Masiyah Kholmi. (2024). Pengaruh Praktek Bibliometrik Etika Bisnis Dan Csr Menciptakan Nilai Jangka Panjang Perusahaan. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(3), 35–49. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i3.188>
- Saridawati, S., Fitriyaningsih, D., Migeli, F., Br.Malau, I. Y., & Jantenes, L. (2024). Peranan Etika Bisnis dalam Mendukung Kemajuan Perusahaan (Studi Kasus: PT. INDOMARCO PRISTAMA cab. Kelapa Gading). *Jurnal Inovasi Global*, 2(5), 591–599. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i5.91>
- Sjioen, A. E., Amaludin, Rukmana, A. Y., Syamsulbahri, & Wahyudi, I. (2023). Bisnis Berkelanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi tentang Dampak dan Strategi Implementasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 239–248. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.557>
- Suhairi, S., Safitri, D., Fauzan, M., & Helma Musyafa, M. (2024). Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Pemasaran Global: Membangun Reputasi Yang Berkelanjutan. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2660–2664. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13338>