

Peran Hukum Dalam Meningkatkan Etika Bisnis di Perusahaan Media Online

Ni Putu Ega Maha Wiryanthi

1. Universitas Pendidikan Nasional

Correspondence address to:

1. Ni Putu Ega Maha Wiryanthi,
Universitas Pendidikan Nasional

Email address:

egamaha@undiknas.ac.id

Abstract. *The problem in this research is that many online media companies violate business ethics, thus having a wide impact. The aim of this research is to explore the role of law in supporting the application of business ethics in online media companies. The approach used is a qualitative approach with a literature study method, which focuses on collecting information from various relevant reference sources, such as books, journals, articles and other written sources. The information obtained will be analyzed systematically and compiled into a research report. It is hoped that this research can increase awareness regarding the importance of collaboration between law and ethics in creating ethical and responsible business practices, especially in the context of online media companies in Indonesia.*

Keywords: *business ethics; online media companies; role of law*

1. Pendahuluan

Sejalan dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, penyebaran informasi menjadi mudah diakses oleh siapapun. Informasi seperti berita, foto, artikel saat ini dapat dijangkau dimanapun dan kapanpun.

Seseorang tidak lagi harus membeli surat kabar atau melihat acara di televisi bahkan mendengarkan radio terlebih dahulu untuk dapat memperoleh sebuah informasi. Informasi tersedia secara bebas di media online.

Menurut data yang telah dikemukakan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pemakai jaringan internet di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Jumlah pengguna internet telah mencapai 215,63 juta pengguna, naik 2,67 persen dibandingkan dengan periode sebelumnya yang tercatat sejumlah 210,03 juta pengguna berdasarkan data periode tahun 2018 sampai 2023. Data angka tersebut menunjukkan sebuah informasi bahwa 78,19 persen dari keseluruhan penduduk Indonesia yang berjumlah 275,77 juta jiwa, sudah menggunakan internet. Berkaitan dengan pemaparan data tersebut, ternyata pada tahun berikutnya persentasenya pun meningkat 1,17 persen poin dibandingkan dengan tahun 2021-2022 yang sebesar 77,02 persen (Kominfo, 2023). Peningkatan persentase data yang signifikan tersebut menjadi faktor utama yang mendorong terjadi pelesatan dalam perkembangan perusahaan media daring atau media online di Indonesia.



This article published by Fakultas Hukum, Universitas Warmadewa is open access under the term of the Creative Common, CC-BY-SA license

Jenis media yang memproduksi dan menyebarluaskan informasi atau berita melalui jaringan internet disebut media online atau media daring. Media daring merupakan sarana untuk menyampaikan fakta atau peristiwa yang diolah secara jurnalistik dan disajikan kepada publik melalui platform digital. Media online memiliki kelebihan dalam hal kecepatan penyampaian informasi dan aksesibilitasnya yang luas, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih besar dibandingkan media konvensional. Selain itu, media daring memungkinkan informasi diperbarui secara *real-time* sesuai perkembangan situasi (Savitri et al., 2022). Sementara itu, menurut Syafrina & Nurfajri, (2021) media daring adalah media komunikasi yang memanfaatkan perangkat internet dalam proses penggunaannya. Hal ini memungkinkan media daring untuk menyajikan informasi secara cepat, praktis, dan dapat diakses kapan saja oleh penggunanya. Sebagai bagian dari media massa, media daring tetap mematuhi prinsip-prinsip jurnalistik dalam praktiknya Arifah, A., & Ashidiq (2024). Konten yang diproduksi biasanya didistribusikan melalui berbagai platform, seperti Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, blog, dan lainnya.

Berdasarkan pengertian dasar yang termuat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perusahaan didefinisikan sebagai badan usaha berbadan hukum yang menjalankan transaksi atau kegiatan tertentu. Selain itu, Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan memuat pemaparan bahwa perusahaan merupakan suatu bentuk usaha yang dijalankan secara tetap dan berkelanjutan. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perusahaan media online sebuah usaha yang memiliki fokus pada produksi dan distribusi informasi, berita, serta fakta atau lainnya melalui media digital, baik di media sosial maupun situs web.

Perusahaan media online memainkan peran penting dan vital dalam memberikan dan menyebarkan informasi kepada Masyarakat. sekaligus membentuk opini di masyarakat. Media online menjadi sumber utama bagi masyarakat yang membutuhkan berita yang cepat, akurat, dan terpercaya. Beberapa perusahaan media online yang telah berkembang pesat di Indonesia, seperti Kompas Cyber Media yang dibawah oleh Harian Kompas, Tempo Interaktif yang dibawah oleh Majalah Tempo, dan Detik.com, menjadi pionir dalam mendorong pertumbuhan industri media digital di tanah air. Akan tetapi, banyaknya informasi dan berita yang tersebar secara bebas membuka kesempatan bagi oknum yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi hoaks, sumber informasi bohong yang merugikan banyak pihak.

Jumlah konten hoaks yang teridentifikasi oleh Tim AIS Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika sejak periode Agustus 2018 hingga Mei 2023 mencapai 11.642 konten. Sementara itu, jumlah konten negatif yang telah ditangani oleh Kementerian Kominfo mencapai 3.761.730. Konten tersebut, tercatat hingga 17 September 2023.

Penyebaran konten hoaks di media online menunjukkan adanya pelanggaran etika bisnis dan hukum yang dilakukan oleh sejumlah perusahaan media. Tim AIS Kementerian Kominfo mengidentifikasi berbagai kategori konten hoaks yang beredar, dengan kesehatan menduduki posisi teratas dengan 2.287 konten, posisi selanjutnya diduduki oleh kategori pemerintahan dengan 2.111 konten, penipuan dengan 1.938 konten, dan politik dengan 1.373 konten.

Fenomena ini mencerminkan tantangan besar bagi perusahaan media online dalam menjalankan etika bisnis secara konsisten. Meskipun perkembangan media sosial membawa dampak positif bagi bisnis, tekanan persaingan yang ketat dan prioritas pada keuntungan seringkali mengabaikan nilai moral dan etika. Selain itu, kurangnya kesadaran akan pentingnya etika bisnis juga menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku perusahaan (Rustandi, et al., 2023).

Perusahaan media online memiliki tanggung jawab besar dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka secara etis, terutama karena dampak yang ditimbulkan bisa sangat luas, bahkan global. Hal ini sangat relevan mengingat banyaknya situs berita online yang belum terverifikasi oleh Dewan Pers. Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara, menyatakan bahwa meskipun terdapat 43 ribu portal berita online di Indonesia, hanya kurang dari 100 yang terverifikasi (Kominfo, 2018). Kominfo telah memblokir sekitar 700 ribu situs, termasuk media online yang terlibat dalam penyebaran hoaks dan provokasi. Kemudian, Kominfo juga telah melaporkan data bahwa terdapat 800.000 situs yang terindikasi menyebarkan informasi palsu atau hoaks dari seluruh situs yang ada

(Kominfo, 2020).

Pelanggaran etika dan hukum bisnis ini menunjukkan bahwa banyak perusahaan media online yang belum konsisten dalam menjalankan etika bisnis dalam praktik mereka. Dalam mengatasi masalah ini, perusahaan perlu memperkuat penerapan prinsip etika dan mematuhi hukum yang ada. Praktik bisnis yang etis melibatkan tanggung jawab terhadap masyarakat, perlindungan konsumen, serta kepatuhan terhadap peraturan lingkungan dan sosial yang berlaku (Adrai & Perkasa, 2024).

Menurut Sukma & Ismail (2023) pelaksanaan kegiatan bisnis perusahaan harus mendasarkan pada hukum bisnis untuk memastikan perusahaan menjalankan operasionalnya sesuai dengan standar etika. Hukum bisnis memiliki posisi yang penting di dalam sebuah perusahaan. Hukum bisnis bukan hanya tentang aturan yang mengatur hubungan bisnis secara formal, tetapi juga mengawasi kepatuhan terhadap etika dalam praktik bisnis. Dalam konteks media online, hukum bisnis menjadi pengawas yang memberikan dorongan kepada pihak perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang ditimbulkan dari pelanggaran hukum dan etika bisnis. Tanggung jawab itu meliputi operasional termasuk penyebaran informasi yang tidak benar atau merugikan publik.

Salah satu cara untuk meningkatkan praktik etika bisnis adalah dengan memastikan bahwa perusahaan media online mematuhi undang-undang yang mengatur kegiatan bisnis. Hukum bisnis memberikan pedoman bagi perusahaan untuk menjalankan kegiatan bisnis secara efisien dan bertanggung jawab. Hukum bisnis juga bertugas memberikan sanksi bagi pelanggar aturan untuk tidak melakukan praktik ilegal dan tidak etis (Varida et al., 2024).

Namun, masih terdapat sejumlah tantangan dalam penerapan peraturan yang mengatur etika bisnis di Indonesia. Faktor-faktor seperti kebijakan pemerintah, peraturan yang rumit, budaya bisnis, dan persaingan yang ketat mempengaruhi cara berbisnis di Indonesia. Undang-Undang juga memuat aturan terkait pengaturan bisnis, seperti yang tertera pada UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No.8 Tahun 1999 meliputi Perlindungan Konsumen, dan UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. UU tersebut perlu diterapkan secara konsisten untuk menciptakan praktik bisnis yang etis dan sesuai dengan hukum.

Etika bisnis penting untuk diimplikasikan atau diterapkan di perusahaan media online, karena bermanfaat bagi pelaku bisnis dan juga Masyarakat, serta negara. Oleh karena itu, penelitian tentang peran hukum dalam meningkatkan etika bisnis di perusahaan media online menjadi sangat penting. Penelitian ini dapat membantu perusahaan memahami pentingnya menjaga etika dalam praktik bisnis mereka, serta memberikan rekomendasi untuk mengevaluasi praktik yang ilegal dan kurang etis, serta melanggar ketentuan hukum di Indonesia.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, yang berfokus pada pengumpulan informasi dari berbagai sumber referensi yang relevan, seperti buku, jurnal, artikel, dan sumber tertulis lainnya. Informasi yang diperoleh akan dianalisis secara sistematis dan disusun menjadi laporan penelitian. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengeksplorasi peran hukum dalam mendukung penerapan etika bisnis pada perusahaan media online. Hukum berperan penting dalam memperkuat standar etika bisnis dan mencegah terjadinya pelanggaran yang dapat terjadi di lingkungan perusahaan media online.

Penelitian ini juga bertujuan untuk memperdalam pemahaman tentang hubungan antara hukum dan etika bisnis serta bagaimana hukum dapat menjadi instrumen penting dalam memastikan praktik bisnis yang berlandaskan etika. Diharapkan penelitian ini dapat mendorong perusahaan media online untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip bisnis yang bertanggung jawab dan etis.

Metode studi literatur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengakses beragam informasi dari sumber tertulis yang relevan. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara mendalam guna memahami peran hukum dalam mendukung penerapan etika bisnis. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya kolaborasi antara hukum dan etika dalam menciptakan praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab, khususnya dalam konteks perusahaan media online di Indonesia.

3. Hasil dan Pembahasan

Hakikat Etika Bisnis

Etika berperan penting dalam mengedukasi individu untuk bertindak secara mandiri, bukan hanya mengikuti kehendak kelompok tertentu. Etika membantu seseorang untuk bertindak sesuai dengan kehendaknya sendiri, dengan kesadaran penuh atas kebebasan dan tanggung jawab (Habeahan et al., 2023). Bertens (2020) mengemukakan bahwa berdasarkan analisisnya, etika dapat dilihat dalam tiga dimensi, yaitu:

Sistem nilai, yang berfungsi sebagai prinsip atau pedoman bagi individu atau kelompok dalam bertindak.

Kode etika, yang merupakan gabungan dari prinsip-prinsip atau nilai moral yang disusun menjadi suatu sistem yang dipegang atau diterima oleh individu atau kelompok.

Filsafat moral, yang membahas tentang konsep baik dan buruk. Etika sangat terkait dengan filsafat, karena etika adalah bagian dari sistem filsafat dan juga merupakan bagian dari artikulasi kebudayaan.

Etika berperan sebagai pedoman untuk mengevaluasi tindakan dengan perspektif yang benar serta menjauhkan diri dari hal-hal yang keliru. Dalam dunia bisnis, etika bisnis berfungsi sebagai standar moral yang mengarahkan praktik usaha.

Etika bisnis merujuk pada prinsip-prinsip tidak tertulis yang menjadi panduan dalam menjalankan usaha secara ideal, dengan tetap menghormati nilai-nilai moral dan norma yang berlaku secara universal (Marpi, et al., 2023). Secara umum, etika bisnis adalah seperangkat pedoman yang wajib dipatuhi oleh pelaku usaha saat membuat keputusan. Prinsip ini menekankan praktik usaha yang sehat, berlandaskan norma, dan tidak merugikan hak maupun kepentingan pihak lain yang terkait.

Bisnis harus dijalankan dengan etika sebagai landasan praktiknya (Marpi, et al., 2023). Tanpa etika, dunia bisnis akan kehilangan arah. Dunia bisnis penuh dengan persaingan dalam mengejar keuntungan dan upaya untuk menjadi yang terbaik. Oleh karena itu, pengelolaan bisnis harus dilandasi oleh etika, norma, dan moralitas yang berlaku. Kesuksesan dalam bisnis tidak hanya bergantung pada peningkatan pendapatan finansial, tetapi juga harus melibatkan prinsip-prinsip moral yang berlandaskan pada norma sosial dan ajaran agama (Zulkiham, et al., 2024).

Prinsip Etika Bisnis

Dasar-dasar yang menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis secara bertanggung jawab sangatlah penting untuk memastikan kegiatan usaha dilakukan dengan baik. Nahdi & Mukhlis, (2023), menjelaskan lima prinsip utama yang perlu diterapkan dalam praktik bisnis:

Prinsip otonomi, mengacu pada kemampuan seseorang untuk membuat keputusan secara mandiri, tanpa tekanan dari pihak lain, serta bertanggung jawab atas keputusan yang diambil berdasarkan keyakinan pribadi.

Prinsip kejujuran, menekankan perlunya konsistensi antara perkataan dan tindakan, serta menjaga komitmen, perjanjian, dan kontrak yang telah disepakati.

Prinsip keadilan, mengharuskan perlakuan yang adil terhadap semua pihak tanpa diskriminasi, baik berdasarkan aspek ekonomi, hukum, maupun faktor lainnya.

Prinsip saling menguntungkan, mendorong terciptanya keuntungan yang seimbang bagi semua pihak yang terlibat dalam bisnis, dengan menghindari kerugian pada salah satu pihak.

Prinsip integritas moral menitikberatkan penghormatan terhadap nilai-nilai kemanusiaan, serta menghindari tindakan yang berpotensi merugikan atau membahayakan orang lain.

Sepuluh prinsip etika universal yang dapat dijadikan acuan dalam bertindak, yaitu:

Kejujuran

Kejujuran mengacu pada kemampuan untuk dipercaya, tidak menipu atau berbohong.

Integritas

Integritas berarti menjalankan aktivitas dengan kehormatan, kejujuran, keberanian, dan keyakinan. Hal tersebut juga mencakup tidak menyembunyikan niat jahat dan tidak merugikan orang lain.

Menepati Janji

Prinsip ini menunjukkan pentingnya dapat dipercaya, berbakti, dan selalu menepati janji.

Loyalitas

Loyalitas mencakup kesetiaan kepada keluarga, teman, kolega, dan negara, serta menjaga kerahasiaan informasi yang didapatkan secara profesional.

Kesetaraan dan Keadilan

Setiap individu harus bertindak dengan adil dan bermartabat, mengakui kesalahan, dan menerapkan prinsip kesetaraan dalam perlakuan terhadap orang lain.

Suka menolong

Prinsip ini menekankan pentingnya sifat baik hati, penuh kasih, dan suka membantu orang lain.

Menghargai

Menghormati orang lain mencakup pengakuan terhadap martabat, kebebasan, dan hak mereka untuk membuat keputusan sendiri.

Berjuang

Berjuang untuk kesempurnaan dalam pekerjaan dan kehidupan pribadi, dengan tekun dan penuh dedikasi.

Kompetensi

Setiap individu harus selalu berusaha melakukan yang terbaik dan mempertahankan kompetensinya.

Bertanggung jawab

Bertanggung jawab berarti menerima konsekuensi dari setiap keputusan serta tindakannya.

Hakikat Hukum Bisnis

Menurut Anwar, et al., (2022) ilmu hukum adalah disiplin ilmu yang mempelajari segala hal terkait hukum. Yurisprudensi adalah objek yang berkaitan dengan hukum, dan permasalahan yang dikaji dalam ilmu ini sangat luas hingga ada yang berpendapat bahwa “batasnya tak terhingga”.

Hukum bisnis merujuk pada serangkaian peraturan yang mengatur pelaksanaan transaksi komersial, industri, atau finansial yang melibatkan pertukaran barang dan jasa, kegiatan produksi, serta investasi yang dilakukan oleh perusahaan atau individu. Selain itu, hukum ini juga mengatur berbagai jenis usaha yang memiliki risiko yang harus diperhitungkan.

Menurut Mariane, et al., (2024) hukum bisnis adalah kumpulan aturan yang mengatur pelaksanaan kegiatan komersial, industri, atau finansial yang berhubungan dengan produksi dan pertukaran barang dan jasa, serta penanaman modal dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

Seiring dengan kemajuan teknologi digital yang pesat, cara orang mengakses informasi kini telah melampaui media konvensional seperti, radio, surat kabar dan televisi. Media online kini menjadi saluran utama bagi masyarakat untuk memperoleh berbagai jenis informasi, mulai dari berita, artikel, hingga gambar dan dapat diakses dengan mudah.

Perkembangan ini telah memicu pertumbuhan yang signifikan bagi perusahaan media online di Indonesia, didorong oleh semakin banyaknya pengguna internet. Berdasarkan data dan laporan APJII (2022-2023), bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang, atau sekitar 78,19% dari total populasi negara ini.

Namun, seiring dengan meluasnya penggunaan media online, muncul pula tantangan besar terkait penyebaran informasi yang belum terverifikasi, salah satunya berupa hoaks yang dapat menimbulkan kerugian bagi banyak pihak. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), sejak Agustus 2018 hingga Mei 2023, Tim AIS Kominfo telah menemukan lebih dari 11.642 konten hoaks. Isu yang paling sering ditemukan dalam penyebaran informasi palsu meliputi kesehatan, politik, penipuan, dan pemerintahan. Hal ini menunjukkan adanya pelanggaran terhadap etika dan regulasi bisnis oleh perusahaan media online yang tidak memprioritaskan penyampaian informasi yang valid dan dapat dipercaya.

Perusahaan media online adalah entitas bisnis yang fokus pada produksi dan penyebaran informasi serta berita. Untuk itu, perusahaan media online harus mematuhi berbagai regulasi hukum dan etika bisnis yang berlaku. Penelitian ini bertujuan untuk membahas beberapa aspek penting terkait hal tersebut, antara lain.

Pentingnya Etika Bisnis dalam Perusahaan Media Online

Etika bisnis berfungsi sebagai panduan dalam menjalankan kegiatan bisnis secara adil, jujur, dan penuh tanggung jawab. Dalam konteks perusahaan media online, etika meliputi dan mencakup beberapa prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran, integritas, keadilan, dan penghormatan terhadap hak konsumen. Etika ini harus dijadikan dasar dalam setiap keputusan yang diambil, baik itu terkait dengan penyajian konten, iklan, maupun interaksi dengan audiens.

Menurut Karyanto (2024) terdapat lima prinsip utama dalam etika bisnis, yaitu: asas otonomi (kebebasan dalam pengambilan keputusan), prinsip kejujuran (menghindari kebohongan dan penipuan), asas keadilan (perlakuan yang setara terhadap semua pihak), prinsip saling menguntungkan (keputusan yang memberikan manfaat bagi semua pihak), dan prinsip integritas moral (menghormati hak serta martabat setiap individu). Penerapan prinsip-prinsip ini dalam perusahaan media online sangat penting untuk menjaga reputasi perusahaan dan menciptakan hubungan yang positif dengan audiens.

Idayanti et al., (2024), mengemukakan bahwa terdapat 10 prinsip etika yang bersifat universal, termasuk kejujuran, integritas, loyalitas, kesetaraan, dan tanggung jawab. Prinsip-prinsip ini akan sangat membantu perusahaan media online dalam menjaga kepercayaan publik, yang merupakan aset berharga bagi keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

Etika bisnis berfungsi sebagai seperangkat pedoman yang sangat penting dalam menjaga dan membangun reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan tidak hanya dilihat sebagai citra di mata publik, tetapi juga sebagai cerminan dari kepercayaan konsumen dan pemangku kepentingan, yang dapat berpengaruh besar terhadap kesuksesan jangka panjang perusahaan.

Etika bisnis memberikan fondasi yang kuat untuk membangun reputasi yang positif. Nilai-nilai etika memberikan landasan bagi tindakan bijak dan adil dalam dunia bisnis, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan masyarakat dan meningkatkan daya saing perusahaan. Sebaliknya, praktik bisnis yang tidak etis dapat merusak reputasi perusahaan, mengakibatkan hilangnya kepercayaan konsumen dan menurunnya nilai merek (Iklimah *et al.*, 2024).

Pentingnya etika dalam bisnis adalah untuk menyadarkan perusahaan tentang kewajiban menjalankan kegiatan bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai luhur yang memberikan manfaat kepada konsumen, masyarakat, dan seluruh pihak terkait. Dengan demikian, etika bisnis menjadi panduan utama agar perusahaan dapat berjalan dengan baik tanpa merugikan pihak-pihak lain, seperti konsumen, pekerja, karyawan, dan masyarakat pada umumnya.

Menurut Karyanto (2024), ada tiga alasan mendasar mengapa bisnis perlu beretika, yaitu:

Ajaran Agama (Tuhan Yang Maha Esa), kepentingan perilaku sosial, dan nilai-nilai utama perusahaan. Ajaran agama mengajarkan bahwa kehidupan manusia tidak berakhir setelah kematian fisik, tetapi berlanjut di akhirat. Tuhan sebagai hakim tertinggi akan mempertimbangkan setiap tindakan yang dilakukan seseorang dan memberikan ganjaran sesuai dengan perbuatan baik yang dilakukan.

Kontrak sosial,

Setiap tindakan seorang pengusaha terkait erat dengan tingkat perlindungan sosial yang ada. Oleh karena itu, dalam kegiatan bisnisnya, pengusaha harus memiliki kontrak sosial dengan masyarakat di sekitar tempat usaha, yang bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan. Kebajikan dalam setiap tindakan dianggap sebagai pencapaian tertinggi sifat manusia.

Keutamaan sebagai tolak ukur untuk bisnis teretika.

Keutamaan tersebut dianggap sebagai puncak pencapaian dalam kodrat manusia, yang menjadi ukuran untuk mengukur bisnis yang teretika.

Peran Hukum dalam Menjaga Etika Bisnis

Hukum bisnis memiliki peran penting dalam mengatur berbagai aspek dalam kegiatan bisnis, termasuk dalam perusahaan media online. Hukum memberikan pedoman yang mengatur hak dan kewajiban antara pelaku bisnis dan konsumen, serta interaksi antara perusahaan dan pihak lain yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Dalam konteks media online, hukum bisnis juga mengatur hal-hal seperti kebebasan berpendapat, perlindungan hak cipta, dan perlindungan terhadap data pribadi konsumen.

Hukum bisnis mencakup aturan dan prinsip yang dirancang untuk mengatur aktivitas perdagangan dan hubungan di dunia ekonomi, baik antara perusahaan, individu, maupun pemerintah. Hukum ini berperan penting dalam memastikan setiap pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis memahami hak dan kewajiban mereka. Dengan adanya hukum, semua kepentingan dapat dilindungi, dan dasar aturan yang adil serta dapat diandalkan dapat terbentuk. Berikut adalah beberapa fungsi utama hukum dalam dunia usaha:

Memberikan Kepastian Hukum Hukum bisnis menyediakan aturan yang menjadi panduan bagi pelaku usaha. Dengan adanya aturan ini, pengusaha dapat mengetahui batasan yang harus diikuti, serta memahami hak dan tanggung jawabnya dalam menjalankan kegiatan bisnis.

Melindungi Semua Pihak yang Terlibat Hukum ini berfungsi untuk melindungi berbagai pihak yang terlibat, seperti pemilik bisnis, konsumen, karyawan, mitra, dan masyarakat. Dengan aturan yang adil, semua pihak dapat merasa aman dalam bekerja sama.

Menjaga Kepercayaan dan Reputasi Usaha Hukum mendorong praktik bisnis yang transparan dan etis. Dengan mematuhi aturan yang ada, perusahaan dapat mempertahankan citra positif di mata publik dan membangun hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan.

Menyelesaikan Perselisihan Ketika terjadi konflik atau pelanggaran, hukum bisnis menyediakan cara untuk menyelesaikannya secara adil. Hal ini mencegah timbulnya kerugian besar bagi pihak-pihak yang berselisih.

Mendukung Pertumbuhan dan Inovasi Peraturan hukum yang melindungi kekayaan intelektual dan memberikan insentif kepada pengusaha mendorong inovasi dan perkembangan bisnis. Aturan ini menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku usaha untuk berkreasi dan mengembangkan ide-ide baru (Rustandi, et al., 2023)

Selain itu, hukum juga melindungi karya digital yang dihasilkan oleh perusahaan, seperti artikel, gambar, atau video yang dipublikasikan di internet. Perlindungan ini bertujuan untuk mengurangi pelanggaran hak cipta yang sering terjadi di dunia maya. Di Indonesia, beberapa undang-undang yang relevan, seperti Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya, memberikan landasan hukum bagi bisnis online. Undang-undang ini juga menetapkan sanksi untuk pelanggaran seperti penyebaran informasi palsu, penipuan, atau pencemaran nama baik oleh perusahaan media digital.

Salah satu peran penting hukum dalam mengatur perusahaan media online adalah mendorong pelaku usaha untuk beroperasi sesuai dengan standar yang berlaku, sehingga mencegah terjadinya praktik bisnis yang tidak etis dan melanggar hukum. Misalnya, Undang-Undang ITE mengatur secara khusus tentang tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik, termasuk media online, dalam menjaga integritas informasi yang disebarkan. Hukum ini juga memberikan sanksi terhadap penyebaran berita bohong (hoaks) yang dapat merugikan masyarakat.

Menurut Ulum & Kusumo (2023) dalam menghadapi perubahan masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, hukum di Indonesia berperan sebagai landasan penting. Fungsi utama hukum adalah melindungi seluruh warga negara dan mencegah penyalahgunaannya oleh kelompok tertentu. Beberapa undang-undang yang relevan terkait hal ini, yaitu.

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

UU ITE berfungsi sebagai payung hukum utama yang mengatur berbagai aspek teknologi informasi di Indonesia, termasuk transaksi elektronik, keamanan siber, dan sanksi terhadap pelanggaran dalam konteks digital.

Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP)

UU PDP mengatur proses pengumpulan, pengelolaan, dan perlindungan data pribadi. Undang-undang ini menjadi kunci dalam menjaga privasi individu di era digital yang semakin terhubung.

Undang-Undang Hak Cipta

Hukum ini memberikan perlindungan terhadap karya kreatif dan kekayaan intelektual di era digital, memastikan distribusi dan penggunaan konten dilakukan secara legal.

Batasan dalam kebebasan berpendapat UU ITE juga menetapkan batasan terhadap kebeba-

san berpendapat di dunia maya, memberikan panduan tentang penyebaran informasi yang benar dan bertanggung jawab. Penelitian lebih lanjut tentang penerapan undang-undang ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang dinamika etika digital di Indonesia (Larasati, 2023).

Tantangan dalam Penerapan Etika Bisnis dan Hukum

Dalam konteks hukum Indonesia, Pasal 33 UUD NRI Tahun 1945 menegaskan bahwa pembangunan ekonomi harus berorientasi pada kesejahteraan seluruh rakyat. Namun, penerapan etika bisnis sering kali menghadapi berbagai hambatan. Menurut Kusuma, (2024) berikut merupakan tantangan utama yang dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan etika bisnis:

Konflik Kepentingan

Keputusan yang memberikan keuntungan finansial terkadang bertentangan dengan nilai-nilai etika. Banyak perusahaan media online yang sulit konsisten menerapkan etika bisnis karena tekanan kompetisi yang tinggi, sehingga prioritas lebih sering diberikan pada keuntungan daripada kepatuhan terhadap standar etika.

Tekanan dari Pemangku Kepentingan

Dorongan untuk mencapai target keuntungan dalam waktu singkat sering kali membuat perusahaan mengabaikan prinsip etika. Misalnya, beberapa perusahaan menyebarkan konten sensasional atau tidak akurat untuk menarik perhatian publik. Meskipun menguntungkan dalam jangka pendek, hal ini dapat merusak citra perusahaan di masa depan.

Kurangnya Kesadaran Etika

Tidak semua karyawan dan pemimpin perusahaan memahami pentingnya etika bisnis. Rendahnya kesadaran akan dampak negatif dari praktik tidak etis, seperti penyebaran berita palsu, menjadi tantangan besar bagi perusahaan media online.

Solusi dan Rekomendasi, dalam meningkatkan integritas dan keberlanjutan perusahaan di sektor media online, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat. Beberapa langkah yang dapat diambil adalah.

Pembuatan Kode Etik Internal

Perusahaan harus merancang kode etik yang mengatur praktik bisnis secara detail, mencakup nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi. Panduan ini juga harus meliputi aturan penggunaan data konsumen, iklan yang tidak menyesatkan, serta perlindungan privasi pengguna.

Edukasi dan Pelatihan Etika Bisnis

Pelatihan rutin untuk meningkatkan pemahaman karyawan mengenai etika bisnis sangat diperlukan. Pelatihan ini dapat mencakup regulasi terkait, risiko praktik tidak etis, serta cara menangani dilema etika yang mungkin muncul.

Pemanfaatan Teknologi untuk Transparansi

Teknologi seperti blockchain dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi dalam operasional perusahaan. Sistem ini memungkinkan semua transaksi dan aktivitas dicatat secara permanen, mempermudah pengawasan oleh pihak yang berkepentingan (Arwani & Priyadi, 2024).

Kerjasama dengan Pemangku Kepentingan Lain,

Kolaborasi dengan regulator, organisasi konsumen, dan akademisi sangat penting untuk mendorong praktik pemasaran digital yang lebih etis. Kolaborasi ini dapat mencakup pembuatan standar industri, pertukaran informasi, dan partisipasi dalam inisiatif yang mendukung praktik ter-

baik dalam pemasaran digital. Dengan bekerjasama, perusahaan bisa membentuk lingkungan bisnis yang lebih transparan dan adil, serta memastikan bahwa kepentingan konsumen terlindungi (Santoso, 2024).

4. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dipaparkan, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal diantaranya, yaitu.

Penerapan etika bisnis dan hukum dalam perusahaan media online memiliki peran yang sangat vital dalam memastikan operasional yang transparan, adil, dan bertanggung jawab. Seiring dengan pesatnya perkembangan media digital di Indonesia, di mana jumlah pengguna internet terus meningkat, perusahaan media online menghadapi tantangan besar terkait penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, seperti hoaks, yang berpotensi merugikan banyak pihak. Oleh karena itu, perusahaan media online harus mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis yang meliputi kejujuran, integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial untuk menjaga reputasi dan kepercayaan publik.

Etika bisnis yang baik menjadi dasar dalam pengambilan keputusan yang adil, baik dalam penyajian informasi kepada audiens maupun dalam interaksi dengan pemangku kepentingan lainnya. Penerapan prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan saling menguntungkan juga membantu menciptakan lingkungan yang sehat dalam dunia bisnis digital. Selain itu, peran hukum dalam mengatur berbagai aspek dalam perusahaan media online juga tidak kalah penting. Undang-Undang yang ada, seperti UU ITE, memberikan kerangka hukum yang jelas, memastikan perlindungan terhadap konsumen dan hak cipta, serta memberikan sanksi tegas bagi pelanggaran yang terjadi.

Perusahaan media online sering kali dihadapkan pada tantangan dalam menerapkan etika bisnis, seperti adanya konflik kepentingan dan tekanan untuk memenuhi target keuntungan. Untuk itu, perusahaan harus memperkuat komitmen terhadap penerapan etika bisnis dengan memperhatikan kepentingan jangka panjang dan menjaga integritas. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi perkembangan media online yang etis.

Keseluruhan, etika bisnis dan hukum harus berjalan seiring untuk memastikan perusahaan media online tidak hanya fokus pada keuntungan finansial semata, tetapi juga bertanggung jawab sosial, menjaga kepercayaan publik, serta mengurangi risiko penyebaran informasi yang salah. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang tepat, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan berkontribusi terhadap perkembangan industri media online yang lebih sehat di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68–85. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i2.950>
- Anwar, U., Nurrokmah, L. E., Bagenda, C., Riyanti, R., Ningrum, P. A. P., Heriyanti, Y., & Silviana, A. (2022). *Pengantar Ilmu Hukum*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arifah, A., & Ashidiq, A. R. (2024). Aspek Hukum dan Tantangan Etika Jurnalisik dalam Penyebaran Konten Viral di Era Digital: (Studi di Kabupaten Toboali, Bangka Selatan). *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 5(4), 847-848.
- Arwani, A., & Priyadi, U. (2024). Eksplorasi Peran Teknologi Blockchain Dalam Meningkatkan Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Keuangan Islam: Tinjauan Sistematis. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 23-37. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i2.653>
- Bertens, K. (2020). *Etika Profesi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Indonesia.

-
- Habeahan, J., Lumbantobing, M., Gaol, R. Y. L., & Purba, B. (2023). Analisis etika individu dalam konteks organisasi modern. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(1), 174-181.
- Idayanti, I. D. A. A. E., Sesa, P. V. S., Afriyadi, H., Ghozali, Z., Haro, A., Utami, T., ... & Wonar, K. (2024). *Buku Ajar Etika Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Iklimah, H., & Yudhianto, R. H. P. (2024). Peran etika bisnis terhadap reputasi perusahaan. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 10(1).
- Karyanto, B., S. E. (2024). *Etika Bisnis: Kajian Teori dan Penerapan pada Perusahaan*. Penerbit Andi.
- Kusuma, R. C. S. D. (2024). *Etika Bisnis*. Nas Media Pustaka.
- Mariane, I., Hukunala, S. V., Haliwela, N. S., Santoso, P. T., Sirna, I. K., Supyan, I. B., ... & Nurmilah, R. (2024). *Hukum Bisnis*. Tohar Media.
- Marpi, Y., Febrian, W. D., Sari, F. P., Tartiani, Y. A. T., Prahendratno, A., Tarmizi, A., & Karomah, N. G. (2023). *Etika Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nahdi, M. R., & Mukhlis, I. (2023). Prinsip etika bisnis pada digital marketing: Literature review. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 188-197.
- Rustandi, R., Amanna, R. R., & Lazuardini, D. (2023). Implikasi hukum bisnis terhadap praktik etika bisnis di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 19(2), 163-172.
- Savitri, I., Trihapsari, C. M., & Cahyati, M. E. (2022). The role of cyber public relations in health campaign in pandemic times. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 56-62. <https://doi.org/10.21070/kanal.v10i2.1667>
- Santoso, O. R. S. (2024). Digital marketing: Antara peluang dan tantangan etika bisnis. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 12940-12952.
- Syafrina, A. E., & Nurfajri, G. (2021). Penggunaan media komunikasi smartphone dalam kegiatan belajar mengajar mahasiswa FIKOM UBHARA Jaya di masa pandemi. *Communicator Sphere*, 1(2), 58-68. <https://doi.org/10.55397/cps.v1i2.16>
- Sukma, F. D., & Ismail, I. (2023). Evolusi relevansi etika bisnis dan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 935-949. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.994>
- Ulum, B. B., & Kusumo, M. I. (2023). Mengembangkan strategi yang berkeadilan untuk meningkatkan penegakan hukum. *Jurnal Penegakan Hukum*, 2(1), 40.
- Varida, N., Domini, S., & Abdi, M. (2024). Pendekatan hukum terhadap kasus penyalahgunaan data pribadi oleh pinjaman online. *Justicia Insight*, 1(1), 21-26.
- Zulhikam, A., Parmitasari, R. D. A., Abdullah, M. W., & Rofiah, I. (2024). Filosofi prinsip keuangan Islam dan implikasinya pada perbankan syariah. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 273-283.