



---

## Tinjauan Teoritis Etika Bisnis terhadap Nilai-Nilai Korporat Universitas Pertiwi dalam Perspektif Deontologi, Utilitarianisme, dan Etika Kebijakan

Tsardoslapito<sup>1</sup>, Billy Iskandar<sup>2</sup>, Romla<sup>3</sup>, Nur Dina<sup>4</sup>

Universitas Pertiwi, Indonesia<sup>1-4</sup>

Email Korespondensi: [24220004@pertiwi.ac.id](mailto:24220004@pertiwi.ac.id), [24220014@pertiwi.ac.id](mailto:24220014@pertiwi.ac.id), [24220021@pertiwi.ac.id](mailto:24220021@pertiwi.ac.id), [nur.dina@pertiwi.ac.id](mailto:nur.dina@pertiwi.ac.id)

---

Article received: 04 Juni 2025, Review process: 23 Juni 2025

Article Accepted: 25 Juli 2025, Article published: 20 Agustus 2025

---

### ABSTRACT

*Globalization and technological advancements have significantly influenced organizational dynamics, particularly in shaping ethical cultures as the foundation for institutional sustainability. This study aims to conduct an in-depth analysis of the six core values of Pertiwi University Customer Success, Professionalism, Achievement-Oriented Culture, Learning Culture, Teamwork, and Creativity & Innovation from the perspective of business ethics by applying the frameworks of deontology, utilitarianism, and virtue ethics. Employing a qualitative-descriptive library research method, this study synthesizes relevant national and international literature published between 2021 and 2025. The findings reveal that the six core values demonstrate strong ethical foundations and significantly contribute to building an organizational culture that prioritizes integrity, sustainability, and stakeholder well-being. However, the study highlights that a purely declarative implementation of values, without operational integration, risks undermining institutional credibility. These findings provide theoretical contributions to the study of organizational ethics and offer practical implications for formulating managerial policies and improving governance strategies within higher education institutions.*

**Keywords:** Business Ethics, Organizational Values, Deontology, Utilitarianism

### ABSTRAK

*Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi telah memberikan dampak signifikan terhadap dinamika organisasi, termasuk pembentukan budaya etis sebagai fondasi keberlanjutan institusi. Penelitian ini bertujuan menganalisis secara mendalam enam nilai inti Universitas Pertiwi Sukses Pelanggan, Profesionalisme, Budaya Berprestasi, Budaya Pembelajar, Kerja Sama Tim, serta Kreativitas dan Inovasi dalam perspektif etika bisnis dengan menggunakan pendekatan deontologi, utilitarianisme, dan etika kebijakan. Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka dengan pendekatan kualitatif-deskriptif, memanfaatkan literatur nasional dan internasional terkini pada periode 2021–2025. Hasil kajian menunjukkan bahwa seluruh nilai inti Universitas Pertiwi memiliki dasar etis yang kuat dan berkontribusi dalam membentuk budaya organisasi yang berintegritas, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan stakeholder. Namun, implementasi yang bersifat deklaratif tanpa integrasi praktik dapat menurunkan kredibilitas institusi. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian etika organisasi serta menawarkan implikasi praktis bagi penyusunan kebijakan manajerial dan tata kelola universitas berbasis nilai-nilai etis.*

**Kata Kunci:** Etika Bisnis, Nilai Organisasi, Deontologi, Utilitarianisme, Etika Kebijakan

## PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi telah membawa dampak signifikan terhadap dinamika organisasi, termasuk dalam pembentukan budaya etis yang menjadi fondasi keberlanjutan institusi. Dalam era yang semakin kompetitif, organisasi tidak hanya dituntut mencapai efisiensi dan produktivitas, tetapi juga harus menjaga reputasi dan legitimasi sosial melalui penerapan nilai-nilai etika bisnis. Studi terbaru menunjukkan bahwa perusahaan dan institusi pendidikan tinggi menghadapi tekanan eksternal yang kuat untuk mempraktikkan tata kelola berbasis etika, transparansi, dan akuntabilitas (Carroll & Brown, 2023). Oleh karena itu, etika bisnis bukan lagi sekadar aspek normatif, tetapi telah menjadi kebutuhan strategis bagi institusi untuk mempertahankan keberlanjutan dan daya saingnya di tingkat nasional maupun global.

Etika bisnis berperan sebagai pedoman moral yang memandu pengambilan keputusan dan perilaku organisasi. Penerapan prinsip etis dalam manajemen mendorong terciptanya tata kelola yang transparan dan meningkatkan kepercayaan publik. Menurut Crane dan Matten (2023), praktik etika bisnis yang konsisten dapat memperkuat keunggulan kompetitif jangka panjang sekaligus meminimalisasi risiko reputasi. Dalam konteks pendidikan tinggi, penerapan nilai-nilai etika menjadi semakin krusial karena lembaga pendidikan berperan ganda: sebagai penyelenggara proses pembelajaran dan sebagai institusi sosial yang membentuk perilaku serta karakter generasi muda. Pergeseran nilai dalam masyarakat menuntut universitas untuk menyeimbangkan orientasi akademik dan moralitas agar mampu menjawab tantangan zaman yang semakin kompleks (Schwartz & Carroll, 2022).

Universitas Pertiwi sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi di Indonesia telah menetapkan enam nilai inti sebagai pilar budaya organisasi: Sukses Pelanggan, Profesionalisme, Budaya Berprestasi, Budaya Pembelajar, Kerja Sama Tim, serta Kreativitas dan Inovasi. Nilai-nilai ini dirancang untuk mencerminkan komitmen universitas dalam meningkatkan mutu layanan, membangun budaya kolaboratif, dan mengembangkan inovasi yang relevan dengan tuntutan zaman. Namun, tantangan muncul ketika nilai-nilai ini belum sepenuhnya dipahami dan diimplementasikan secara konsisten oleh seluruh elemen organisasi. Penelitian terbaru oleh Hofstede Insights (2023) menunjukkan bahwa keberhasilan organisasi sangat bergantung pada keselarasan antara nilai yang dideklarasikan dengan perilaku nyata yang ditunjukkan di tingkat operasional. Ketidaksesuaian antara keduanya berpotensi menimbulkan krisis etika dan penurunan kredibilitas institusi.

Dalam kajian akademik, etika bisnis dapat dianalisis menggunakan tiga kerangka utama, yaitu deontologi, utilitarianisme, dan etika kebajikan (virtue ethics). Pendekatan deontologi menitikberatkan pada kewajiban moral dan prinsip universal dalam pengambilan keputusan (Pihlaja, 2025). Sementara itu, utilitarianisme memfokuskan pada pencapaian manfaat terbesar bagi sebanyak mungkin pihak, termasuk pelanggan, karyawan, dan masyarakat luas (Maurya et al., 2024). Di sisi lain, etika kebajikan menekankan pembentukan karakter moral

---

organisasi melalui kebiasaan, nilai, dan integritas personal yang ditanamkan secara konsisten (Morrell & Dahlmann, 2023). Dengan memadukan ketiga kerangka ini, evaluasi nilai-nilai inti Universitas Pertiwi dapat dilakukan secara komprehensif, baik dari perspektif prinsip, hasil, maupun pembentukan karakter organisasi.

Sejumlah penelitian mutakhir menegaskan bahwa penerapan nilai-nilai organisasi berbasis etika dapat meningkatkan loyalitas stakeholder dan menciptakan lingkungan kerja yang berkelanjutan (Iddrisu, Nee, & Senadjki, 2025). Namun, penelitian lain menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai yang dicanangkan dengan praktik aktual di berbagai organisasi pendidikan (Turčan, 2025). Dalam konteks ini, kajian teoritis terhadap enam nilai inti Universitas Pertiwi menjadi penting untuk memastikan konsistensi antara visi normatif dan implementasi faktual. Analisis berbasis etika normatif memungkinkan peneliti mengidentifikasi keselarasan dan ketidaksesuaian nilai-nilai organisasi dengan standar moral global, sekaligus memberikan landasan konseptual untuk perbaikan budaya organisasi di masa depan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam enam nilai inti Universitas Pertiwi yaitu Sukses Pelanggan, Profesionalisme, Budaya Berprestasi, Budaya Pembelajar, Kerja Sama Tim, serta Kreativitas dan Inovasi dalam perspektif etika bisnis menggunakan pendekatan deontologi, utilitarianisme, dan etika kebajikan. Melalui kajian ini, diharapkan dapat ditemukan pemahaman komprehensif mengenai relevansi nilai-nilai tersebut terhadap pembentukan budaya organisasi berbasis etika, sekaligus memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan kebijakan manajerial dan tata kelola universitas di masa depan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode kajian pustaka (*library research*) yang difokuskan pada analisis konseptual terhadap enam nilai inti Universitas Pertiwi, yaitu Sukses Pelanggan, Profesionalisme, Budaya Berprestasi, Budaya Pembelajar, Kerja Sama Tim, serta Kreativitas dan Inovasi, dalam perspektif etika bisnis. Data diperoleh dari berbagai literatur sekunder yang relevan, meliputi artikel jurnal nasional dan internasional bereputasi, buku akademik, dokumen internal organisasi, serta publikasi daring terverifikasi yang terbit pada periode 2021–2025 untuk menjaga keterbaruan informasi (Crane & Matten, 2023). Analisis dilakukan melalui tiga tahap utama: (1) identifikasi nilai-nilai inti yang menjadi fokus penelitian, (2) klasifikasi nilai-nilai tersebut berdasarkan tiga kerangka etika utama – deontologi, utilitarianisme, dan etika kebajikan untuk menilai orientasi moral dan landasan normatifnya, serta (3) interpretasi temuan menggunakan pendekatan argumentatif dan teoritis yang mengintegrasikan berbagai referensi ilmiah terbaru. Pendekatan ini dipilih karena kajian pustaka memungkinkan peneliti menelaah prinsip-prinsip moral yang mendasari pengambilan keputusan dan praktik organisasi secara mendalam, tanpa keterbatasan konteks empiris, serta memberikan dasar konseptual yang lebih kuat

untuk mengevaluasi konsistensi nilai-nilai organisasi dengan standar etika global (Iddrisu, Nee, & Senadjki, 2025; Morrell & Dahlmann, 2023).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai organisasi Universitas Pertiwi (warna merah) memiliki relevansi etis yang signifikan bila ditinjau melalui tiga perspektif utama dalam etika bisnis: deontologi, utilitarianisme, dan etika kebajikan. Keenam nilai inti yang dianut – yakni Sukses Pelanggan, Profesionalisme, Budaya Berprestasi, Budaya Pembelajar, Kerja Sama Tim, serta Kreativitas dan Inovasi – dianalisis secara argumentatif untuk menilai koherensi moral dan potensi kontribusinya dalam membentuk budaya organisasi yang etis dan bertanggung jawab.

Untuk memudahkan pemahaman hubungan antara nilai-nilai tersebut dengan pendekatan etika normatif, berikut disajikan Tabel 1 yang merangkum penilaian terhadap masing-masing nilai berdasarkan ketiga kerangka etika tersebut. Tabel ini menjadi dasar awal sebelum uraian pembahasan yang lebih mendalam disampaikan pada bagian-bagian berikutnya.

*Tabel 1 Perspektif Teori Etika terhadap Nilai-nilai Organisasi Universitas Pertiwi*

Nilai-Nilai Unperti	Perspektif Teori Etika		
	Utilitarianisme	Deontologi	Etika Kebajikan
<i>Keenam Nilai-Nilai Universitas Pertiwi dapat dikatakan sejalan dengan etika bisnis bila:</i>			
<b>Sukses Pelanggan</b>	membawa manfaat maksimal bagi pelanggan	didasarkan pada kewajiban dan integritas moral	mencerminkan karakter baik dan empati
<b>Profesionalisme</b>	dijalankan sebagai kewajiban moral	mendatangkan manfaat kolektif secara optimal	mencerminkan karakter dan integritas personal
<b>Budaya Berprestasi</b>	hasilnya meningkatkan kesejahteraan kolektif	tidak melanggar hak dan martabat moral pekerja	mendorong kebajikan seperti kerja keras, rendah hati, dan tanggung jawab
<b>Budaya Pembelajar</b>	membawa manfaat bagi organisasi dan masyarakat	dipandang sebagai hak dan kewajiban moral manusia	mencerminkan karakter rendah hati, terbuka, dan bijaksana
<b>Kerjasama Tim</b>	meningkatkan hasil kolektif dan mengurangi konflik	menghargai otonomi dan hak individu dalam tim	membentuk kebajikan sosial: loyalitas, kesabaran, empati
<b>Kreativitas dan Inovasi</b>	membawa dampak positif luas dan inklusif	tidak melanggar prinsip moral universal	mencerminkan keberanian intelektual dan tanggung jawab sosial

## Nilai Sukses Pelanggan

Nilai *Sukses Pelanggan* menekankan pentingnya menempatkan pelanggan sebagai pusat strategi dan keputusan perusahaan. Orientasi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan perusahaan diukur dari tingkat kepuasan dan keberhasilan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam konteks etika bisnis, nilai ini memiliki dimensi moral yang signifikan, karena menyangkut hubungan timbal balik antara perusahaan dan pihak eksternal yang paling terdampak oleh produk atau jasa.

### 1. Perspektif Deontologi

Dari sudut pandang deontologis, perusahaan memiliki kewajiban moral intrinsik untuk memperlakukan pelanggan sebagai tujuan, bukan alat. Ini berarti bahwa perusahaan harus menyediakan produk dan layanan yang memenuhi standar kejujuran, transparansi, dan keamanan, tanpa mengeksploitasi ketidaktahuan atau ketergantungan pelanggan. Lirios et al. (2025) menegaskan bahwa prinsip deontologi dalam bisnis menuntut tanggung jawab kontraktual dan moral yang tidak boleh dikompromikan oleh motif keuntungan jangka pendek. Dalam hal ini, *Sukses Pelanggan* menjadi etis bila ditopang oleh komitmen jujur dan integritas, bukan semata strategi pemasaran.

### 2. Perspektif Utilitarianisme

Dalam pandangan utilitarianisme, tindakan dianggap etis bila menghasilkan manfaat terbesar bagi jumlah orang terbanyak. Nilai *Sukses Pelanggan* sejalan dengan prinsip ini, karena fokusnya pada penciptaan nilai dan manfaat nyata bagi pelanggan, yang dalam konteks pasar berarti komunitas penerima manfaat yang besar. Maurya et al. (2024) menjelaskan bahwa perusahaan yang berhasil memaksimalkan kesejahteraan pelanggan bukan hanya menciptakan keuntungan finansial jangka pendek, tetapi juga memperkuat legitimasi sosialnya dalam jangka panjang. Artinya, keberhasilan pelanggan tidak boleh hanya dilihat sebagai alat untuk meningkatkan profitabilitas, tetapi sebagai tujuan moral itu sendiri.

### 3. Perspektif Etika Kebajikan

Etika kebajikan menilai apakah komitmen terhadap pelanggan merupakan ekspresi dari karakter moral yang baik. Perusahaan yang benar-benar berorientasi pada keberhasilan pelanggan akan menunjukkan nilai-nilai seperti empati, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Morrell & Dahlmann (2023) menyebutkan bahwa fokus pada kesejahteraan pelanggan membentuk "*virtue of service*", yakni suatu disposisi moral yang tertanam dalam budaya organisasi dan mendorong tindakan proaktif terhadap kebutuhan dan aspirasi pelanggan.

### 4. Refleksi Etis

Melalui tiga teori tersebut, *Sukses Pelanggan* dapat dinilai sebagai nilai yang sangat etis, asalkan tidak dikerdilkan menjadi alat komersial semata. Etika menuntut bahwa keberhasilan pelanggan bukan hanya ukuran pasar, tetapi juga cerminan tanggung jawab moral dan karakter organisasi. Dalam konteks Indonesia, Hasibuan & Priyanto (2022) menemukan bahwa etika bisnis yang diterapkan secara konsisten dalam layanan kepada pelanggan meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas, bahkan dalam kondisi persaingan harga dan

---

kualitas yang relatif serupa. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan pelanggan - dalam hal Universitas Pertiwi adalah mahasiswa - tidak hanya bersifat operasional, tetapi juga berkaitan erat dengan kepercayaan yang dibangun melalui prinsip etis yang diterapkan oleh organisasi.

### Nilai Profesionalisme

Nilai *Profesionalisme* dalam perusahaan umumnya mengacu pada sikap kerja yang mencerminkan keahlian, integritas, tanggung jawab, dan komitmen terhadap standar mutu. Dalam konteks Universitas Pertiwi, nilai ini dapat dimaknai sebagai komitmen staf dan manajemen dalam menjalankan tugasnya secara etis, kompeten, dan konsisten dengan norma organisasi. Profesionalisme tidak hanya soal keahlian teknis, tetapi juga menyangkut **sikap moral dalam menjalankan fungsi kerja**, seperti menjaga kerahasiaan, menghormati rekan kerja, serta menepati janji profesional.

#### 1. *Perspektif Deontologi*

Dalam pandangan deontologis, profesionalisme memiliki **nilai intrinsik** karena berkaitan dengan pelaksanaan tugas berdasarkan kewajiban moral. Seorang profesional harus menjalankan pekerjaannya bukan semata-mata untuk mendapatkan imbalan, tetapi karena ia memiliki *tanggung jawab etis* terhadap peran yang diemban. Lirios et al. (2025) menekankan bahwa perilaku profesional yang berlandaskan etika deontologis menjunjung prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sebagai bagian dari komitmen moral terhadap institusi dan masyarakat. Maka dari itu, dalam kerangka deontologi, profesionalisme bukanlah sekadar ekspektasi institusional, tetapi juga kewajiban moral personal.

#### 2. *Perspektif Utilitarianisme*

Secara utilitarian, profesionalisme dianggap etis bila kontribusinya membawa manfaat maksimal bagi seluruh pemangku kepentingan, mulai dari pelanggan, rekan kerja, hingga pemegang saham. Profesionalisme meningkatkan efisiensi, menurunkan risiko kesalahan, dan menciptakan hasil kerja yang lebih optimal. Dalam konteks organisasi, Singh (2025) menyatakan bahwa tingkat profesionalisme karyawan berkorelasi dengan peningkatan kepuasan pengguna jasa, kelancaran alur kerja tim, dan pencapaian tujuan bisnis yang lebih berkelanjutan.

#### 3. *Perspektif Etika Kebajikan*

Dalam etika kebajikan, profesionalisme bukan sekadar kompetensi, melainkan bagian dari pembentukan karakter seperti jujur, teliti, sabar, dan bertanggung jawab. Seorang profesional ideal bukan hanya terampil, tetapi juga memiliki karakter yang patut diteladani. Morrell & Dahlmann (2023) menyebutkan bahwa "professional virtue" adalah wujud integrasi antara nilai individu dan nilai kolektif organisasi yang membentuk kultur kerja berbasis karakter. Dalam konteks ini, profesionalisme mendorong terbentuknya lingkungan etis yang berorientasi pada keunggulan moral dan bukan hanya teknis.

#### 4. *Refleksi Etis*

Ketiga pendekatan etika secara komplementer menegaskan bahwa *profesionalisme* adalah nilai yang **bermuatan etis tinggi**, sepanjang dijalankan dengan niat baik, komitmen moral, dan hasil yang menguntungkan secara sosial. Namun, bila profesionalisme hanya digunakan untuk menjustifikasi kepatuhan buta terhadap sistem atau otoritas, nilai ini bisa menjadi kosong secara moral. Dalam konteks Indonesia, Ramadhan & Putri (2022) menemukan bahwa profesionalisme yang berbasis integritas moral secara signifikan meningkatkan kualitas pelayanan publik dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah. Profesionalisme yang hanya prosedural terbukti kurang berdampak positif jika tidak disertai dengan komitmen etis dari para pelaksana layanan.

### Nilai Budaya Berprestasi

*Budaya Berprestasi* mencerminkan komitmen perusahaan terhadap pencapaian kinerja unggul, baik secara individu maupun kolektif. Nilai ini mendorong standar tinggi dalam kualitas kerja, pencapaian target, dan kompetisi sehat. Dalam konteks etika bisnis, budaya ini patut dikaji apakah dorongan untuk “berprestasi” justru memperkuat atau melemahkan integritas moral dan tanggung jawab sosial perusahaan. Budaya ini bisa menjadi kekuatan positif yang mendorong kemajuan, tetapi juga berisiko bila prestasi diukur hanya secara kuantitatif tanpa mempertimbangkan etika dalam proses pencapaiannya.

#### 1. *Perspektif Deontologi*

Deontologi akan mempertanyakan niat dan prinsip moral di balik budaya prestasi. Apakah pegawai didorong untuk berprestasi karena kewajiban profesional dan integritas? Ataukah karena kompetisi semu yang berbasis tekanan? Lirios et al. (2025) mengingatkan bahwa tekanan berprestasi yang melampaui batas etika kewajiban dapat merusak otonomi moral individu dalam organisasi. Maka dari itu, secara deontologis, *Budaya Berprestasi* hanya dianggap etis jika tidak melanggar hak-hak dan kewajiban moral pekerja. *Perspektif Utilitarianisme*

Dalam utilitarianisme, sebuah tindakan dinilai etis bila hasilnya membawa manfaat terbesar. *Budaya Berprestasi* dapat dilihat positif sejauh mendorong peningkatan produktivitas, inovasi, dan kesejahteraan kolektif perusahaan. Iddrisu et al. (2025) menjelaskan bahwa orientasi pada hasil yang produktif dapat dianggap etis secara utilitarian apabila prestasi tersebut memperbesar nilai sosial dan kesejahteraan stakeholder, bukan hanya keuntungan finansial internal. Namun, jika budaya prestasi menimbulkan tekanan berlebihan hingga berdampak negatif pada kesehatan mental atau hubungan sosial, maka secara utilitarian, budaya ini kehilangan nilai etikanya.

#### 2. *Perspektif Etika Kebajikan*

Dalam *virtue ethics*, prestasi yang baik adalah hasil dari pengembangan karakter yang baik: kerja keras, tekun, rendah hati, dan bertanggung jawab. Budaya prestasi yang dibangun tanpa kebajikan cenderung melahirkan kesombongan, manipulasi, atau bahkan sikap meremehkan sesama. Esvanti et al. (2024) menggarisbawahi bahwa pengembangan budaya organisasi yang

---

berorientasi pada prestasi harus seiring dengan pembentukan nilai karakter seperti *moderasi, adil, dan loyalitas kolektif*.

### 3. Refleksi Etis

Jika dilihat secara menyeluruh, *Budaya Berprestasi* dapat memiliki nilai moral yang tinggi apabila didekati dari prinsip-prinsip yang berimbang. Tanpa etika, budaya prestasi dapat menumbuhkan lingkungan kerja yang toksik. Sebaliknya, ketika dikaitkan dengan kebajikan, kewajiban moral, dan kepentingan bersama, nilai ini menjadi kekuatan pendorong yang etis dan transformatif. Dalam konteks Indonesia, penelitian oleh Ardiansyah et al. (2023) menyimpulkan bahwa budaya prestasi di perusahaan ritel Indonesia harus diintegrasikan dengan nilai gotong royong dan tanggung jawab sosial untuk menciptakan sistem meritokrasi yang adil.

## Nilai Budaya Pembelajaran

*Budaya Pembelajaran* merujuk pada semangat organisasi untuk terus berkembang melalui pembelajaran berkelanjutan, eksplorasi pengetahuan, dan perbaikan diri. Dalam organisasi seperti Universitas Pertiwi, nilai ini mencerminkan pentingnya adaptasi terhadap perubahan, inovasi berbasis pengetahuan, serta investasi terhadap peningkatan kompetensi sumber daya manusia. Namun demikian, dalam konteks etika bisnis, penting untuk menelaah apakah dorongan belajar ini dilakukan dengan semangat etis (pengembangan manusia), atau sekadar sebagai alat peningkatan produktivitas jangka pendek.

### 1. Perspektif Deontologi

Dalam deontologi, budaya belajar dianggap etis bila dilakukan sebagai kewajiban moral terhadap pengembangan diri dan penghormatan atas martabat manusia sebagai makhluk berpikir. Karyawan belajar bukan hanya untuk efisiensi organisasi, tetapi karena mereka memiliki hak moral untuk tumbuh secara intelektual. Lirios et al. (2025) menyebutkan bahwa pengabaian terhadap pengembangan individu adalah bentuk pelanggaran moral dalam organisasi modern. Maka dari itu, budaya pembelajar menjadi kewajiban institusional sekaligus hak etis setiap karyawan.

### 2. Perspektif Utilitarianisme

Dilihat dari perspektif utilitarian, *Budaya Pembelajaran* sangat etis apabila hasil dari pembelajaran tersebut **memberikan manfaat luas** – bagi individu, organisasi, dan masyarakat. Peningkatan kompetensi SDM akan menciptakan inovasi, meningkatkan efisiensi, dan memperbesar kontribusi perusahaan terhadap kepentingan umum. Singh (2025) menegaskan bahwa dalam ekonomi pengetahuan, organisasi yang membangun budaya belajar akan mampu menciptakan *positive ripple effects* secara sosial dan ekonomi, menjadikan pembelajaran sebagai strategi etis yang menguntungkan banyak pihak.

### 3. Perspektif Etika Kebajikan

Dalam etika kebajikan, belajar merupakan *virtue of humility and curiosity* – kerendahan hati untuk mengakui keterbatasan, dan keberanian untuk terus mencari kebenaran. Organisasi pembelajar mencerminkan nilai-nilai kebajikan

---

seperti keterbukaan pikiran, kebijaksanaan, dan kesabaran dalam proses. Esvanti et al. (2024) menyebut bahwa perusahaan yang menanamkan budaya belajar tidak hanya membentuk kompetensi teknis, tapi juga memperkuat karakter individu dan komunitas kerja yang lebih bijaksana.

#### 4. Refleksi Etis

*Budaya Pembelajar* memiliki daya etis yang tinggi bila ditanamkan tidak hanya sebagai alat produktivitas, melainkan juga sebagai komitmen moral terhadap pertumbuhan manusia. Namun, jika pembelajaran dipaksakan dalam bentuk program pelatihan intensif yang mengabaikan keseimbangan hidup atau prinsip sukarela, maka nilai ini kehilangan kedalaman etikanya. Dalam konteks Indonesia, Meliana et al. (2021) mencatat bahwa organisasi yang menanamkan budaya pembelajaran secara terstruktur melalui pengembangan kompetensi ASN dapat membentuk karakter kerja yang adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan. Hal ini menegaskan bahwa *Budaya Pembelajar* bukan hanya instrumen efisiensi, tetapi juga sarana pertumbuhan etis dan strategis.

### Nilai Kerja Sama Tim

Nilai *Kerja Sama Tim* menekankan pentingnya kolaborasi, saling percaya, dan tujuan bersama dalam mencapai hasil organisasi. Dalam praktiknya, kerja tim yang etis menuntut komunikasi terbuka, penghargaan terhadap perbedaan, serta tanggung jawab kolektif. Nilai ini menjadi fondasi penting dalam menciptakan budaya organisasi yang sehat dan inklusif. Namun demikian, kerja sama juga bisa menjadi instrumen manipulatif jika digunakan untuk menutupi ketimpangan peran, dominasi kelompok, atau penghilangan tanggung jawab individu.

#### 1. Perspektif Deontologi

Dalam kerangka deontologi, kerja tim dianggap etis bila semua anggota tim **dipandang sebagai tujuan, bukan alat**. Ini berarti setiap individu harus diperlakukan setara, dihargai kontribusinya, dan tidak dimanfaatkan secara sepihak. Pihlaja (2025) menegaskan bahwa tim etis adalah yang menjunjung martabat moral tiap anggotanya—dengan pembagian kerja adil, pengambilan keputusan partisipatif, dan penolakan terhadap subordinasi moral atas nama efisiensi.

#### 2. Perspektif Utilitarianisme

Dari sudut pandang utilitarian, *Kerja Sama Tim* memiliki nilai etis tinggi karena berkontribusi langsung terhadap peningkatan efisiensi, produktivitas, dan kesejahteraan tim secara kolektif. Semangat kolaboratif memperkecil konflik internal dan memperbesar hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Maurya et al. (2024) menyatakan bahwa kolaborasi yang inklusif mendorong keputusan organisasi yang lebih bijak dan berjangkauan luas, sehingga manfaatnya tidak hanya dinikmati oleh organisasi tetapi juga oleh masyarakat yang menerima dampak dari hasil kerja tim tersebut.

#### 3. Perspektif Etika Kebajikan

Etika kebajikan menilai kerja tim sebagai arena tumbuhnya *virtue of solidarity*—yakni sikap tolong-menolong, loyalitas, kesabaran, dan pengendalian

---

diri. Organisasi yang membentuk kerja sama berdasarkan kebajikan akan menghasilkan komunitas kerja yang saling memperkuat secara moral dan emosional. Menurut Esvanti et al. (2024), kerja tim yang dibangun atas dasar kebajikan mampu menciptakan iklim kerja sehat, di mana keberhasilan individu tidak menjadi ancaman, melainkan sumber inspirasi kolektif.

#### 4. Refleksi Etis

*Kerja Sama Tim* adalah salah satu nilai paling kaya secara etika. Ia mencerminkan manfaat sosial (utilitarian), menghormati hak tiap anggota (deontologi), serta menumbuhkan karakter luhur (virtue ethics). Namun, tanpa kesetaraan dan transparansi, kerja tim bisa berubah menjadi alat tekanan sosial atau dominasi kolektif. Dalam konteks Indonesia, Artha et al. (2022) menunjukkan bahwa kerja sama tim yang dibarengi dengan budaya organisasi dan etos kerja yang positif secara signifikan mendorong peningkatan kinerja dan loyalitas karyawan. Kerja sama yang sehat juga memperkuat iklim etis dan rasa memiliki dalam lingkungan kerja.

### Nilai Kreativitas dan Inovasi

*Kreativitas dan Inovasi* merupakan nilai strategis yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk berpikir berbeda, menciptakan solusi baru, serta merespon perubahan secara adaptif. Bagi Universitas Pertiwi, nilai ini menjadi dasar untuk membangun keunggulan kompetitif dan memperkuat daya saing. Namun, dalam etika bisnis, inovasi tidak selalu otomatis etis. Perlu dikaji apakah kreativitas diarahkan untuk tujuan baik, memperkuat nilai moral, dan tidak mencederai kepentingan publik.

#### 1. Perspektif Deontologi

Dari perspektif deontologis, kreativitas dan inovasi harus dijalankan berdasarkan prinsip moral universal, bukan sekadar keinginan menghasilkan hal “baru”. Inovasi yang melanggar hak asasi manusia, mengabaikan keselamatan pengguna, atau menyalahi kontrak sosial tidak etis secara prinsip. Pihlaja (2025) menyatakan bahwa inovasi yang dilakukan tanpa pertimbangan etis atau hanya didorong oleh eksplorasi teknologi mentah, dapat berujung pada bentuk pelanggaran kewajiban moral terhadap stakeholder dan alam.

#### 2. Perspektif Utilitarianisme

Dari sudut pandang utilitarian, kreativitas dan inovasi dianggap etis bila dampaknya memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat. Inovasi produk yang memperbaiki kualitas hidup, efisiensi, atau aksesibilitas merupakan bentuk nilai utilitarian tinggi. Iddrisu et al. (2025) menggarisbawahi bahwa inovasi etis adalah inovasi yang tidak hanya profitable, tetapi juga mendukung tujuan sosial dan keberlanjutan. Jadi, inovasi yang menciptakan monopoli atau memperburuk ketimpangan sosial dinilai tidak etis meskipun menghasilkan keuntungan besar.

#### 3. Perspektif Etika Kebajikan

Etika kebajikan memandang kreativitas dan inovasi sebagai hasil dari karakter seperti *imajinasi moral*, *keberanian intelektual*, dan *kerendahan hati untuk terus belajar*. Dalam organisasi yang berbasis virtue ethics, inovasi lahir dari budaya

berpikir kritis yang bertanggung jawab. Perusahaan yang menanamkan *virtue of innovation* akan menghasilkan inovasi yang selaras dengan nilai kebaikan bersama, bukan sekadar eksploitasi pasar atau eksperimen yang tidak manusiawi (Morrell & Dahlmann, 2023).

#### 4. Refleksi Etis

Secara umum, *Kreativitas dan Inovasi* adalah nilai yang sangat positif secara etis, asalkan tidak digunakan untuk tujuan yang bertentangan dengan prinsip moral. Etika bisnis menuntut agar inovasi bukan hanya efisien atau disruptif, tetapi juga adil, transparan, dan manusiawi. Dalam konteks Indonesia, inovasi yang berakar dari empati sosial menciptakan keseimbangan antara kemajuan finansial dan solusi terhadap permasalahan masyarakat (Sugiarto & Farid, 2023). Artinya, inovasi tidak hanya ditujukan untuk keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab etis untuk meningkatkan kualitas hidup.

### SIMPULAN

Kesimpulan kajian teoritis terhadap enam nilai inti Universitas Pertiwi - *Sukses Pelanggan, Profesionalisme, Budaya Berprestasi, Budaya Pembelajar, Kerja Sama Tim*, serta *Kreativitas dan Inovasi* - adalah seluruh nilai tersebut memiliki dasar etis yang kuat bila dianalisis melalui tiga pendekatan utama dalam etika bisnis: utilitarianisme, deontologi, dan etika kebajikan. **Sukses Pelanggan** dianggap etis karena menempatkan kesejahteraan pelanggan sebagai tujuan akhir (utilitarian), mencerminkan tanggung jawab moral (deontologi), dan menunjukkan empati serta integritas (virtue ethics). **Profesionalisme** dinilai bermuatan etis tinggi karena melibatkan kewajiban moral individu (deontologi), memberikan manfaat organisasi dan pelanggan (utilitarian), serta mencerminkan karakter seperti tanggung jawab dan kejujuran (virtue). **Budaya Berprestasi** dapat menjadi nilai etis jika prestasi tidak mengorbankan hak dan keseimbangan etis, serta diarahkan untuk manfaat kolektif dan pembentukan karakter unggul. **Budaya Pembelajar** menunjukkan kehendak baik untuk berkembang secara intelektual dan moral, sekaligus memberikan manfaat berkelanjutan bagi organisasi dan masyarakat. **Kerja Sama Tim** adalah nilai yang kaya secara etis karena menyentuh aspek efisiensi (utilitarian), kesetaraan moral antarindividu (deontologi), dan membentuk karakter sosial seperti loyalitas dan empati (virtue ethics). **Kreativitas dan Inovasi** bernilai etis bila diarahkan pada tujuan baik, tidak melanggar prinsip moral, dan mendorong karakter seperti keberanian intelektual dan kerendahan hati. Namun demikian, nilai-nilai tersebut bisa kehilangan muatan etikanya jika dijalankan semata-mata untuk kepentingan instrumental, manipulatif, atau tidak sejalan dengan prinsip keadilan, integritas, dan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, terdapat sejumlah rekomendasi yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Universitas Pertiwi maupun kalangan akademisi dan peneliti. Bagi Universitas Pertiwi, disarankan untuk menyusun kode etik yang eksplisit guna menuntun implementasi nilai-nilai perusahaan secara lebih normatif, bukan sekadar deklaratif. Selain itu, pembinaan karakter berbasis kebajikan (virtue-based leadership) perlu diintegrasikan dalam

pelatihan kerja sebagai upaya memperkuat internalisasi nilai secara berkelanjutan. Selanjutnya, kebijakan yang berkaitan dengan inovasi dan pencapaian prestasi perlu diselaraskan dengan prinsip etika keberlanjutan serta memperhatikan hak-hak para pemangku kepentingan. Sementara itu, bagi kalangan akademisi dan peneliti, penting untuk melanjutkan kajian empiris mengenai bagaimana nilai-nilai perusahaan diimplementasikan dalam praktik serta dampaknya terhadap perilaku organisasi secara nyata. Di samping itu, pendekatan lintas-teori etika termasuk etika feminis, ekosentris, dan etika kepedulian (care ethics) dapat memperkaya analisis kritis terhadap nilai-nilai perusahaan serta membuka ruang pemaknaan yang lebih inklusif dan reflektif dalam studi etika organisasi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ardiansyah, A., Ibrahim, M. A., Susanti, G., & Iskandar, D. (2023). Kapasitas Dinas Pemuda dan Olahraga dalam pembinaan atlet di Kota Palopo. *Al Qisthi Jurnal Sosial dan Politik*, 13(2), 100–110.
- Artha, I. M. K., Kawiana, I. G. P., & Trarintya, M. A. P. (2022). Peran etos kerja Kaizen, teamwork dan budaya organisasi dalam peningkatan kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(4), 1019–1031.
- Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2023). *Business and society: Ethics, sustainability, and stakeholder management* (11th ed.). Cengage Learning.
- Crane, A., & Matten, D. (2023). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (6th ed.). Oxford University Press.
- Esvanti, M., Nafisah, A. F., & Winarno, A. (2024). Integration of philosophical values in human relations management: Systematic literature review. *Economics and Business Journal (ECBIS)*, 3(2), 133–139.
- Hasibuan, S., & Priyanto, D. (2022). Pengaruh etika bisnis dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 12–21.
- Hofstede Insights. (2023). *Organizational culture and business ethics: Bridging values and practices*. Retrieved from <https://www.hofstede-insights.com>
- Iddrisu, M. A., Nee, A. Y. H., & Senadjki, A. (2025). Philosophical concepts related to business ethics and their implications on firm's environmental, social, and governance (ESG) practices. In *Proceedings of the 12th International Conference on Business, Accounting, Finance and Economics (BAFE 2024)* (pp. 358–382). Atlantis Press International BV.
- Lirios, C. G., Ornelas, R. M. R., Guillermo, J., & Sepúlveda, M. (2025). Governance network of ethics committees in the face of COVID-19. *IOASD Journal of Medical and Pharmaceutical Sciences*, 2(2), 1–12.
- Maurya, S. K., Yadav, A., & Nayan, R. (2024). Technology-driven business ethics: A philosophical discourse. *Wiley Business Ethics Series*. Wiley Online Library.
- Meliana, J. E., Silfiana, M., Nurfitriana, L., Lestari, O. D., & Sudiro, R. (2021). Analisis pengelolaan dan pengembangan kompetensi ASN dalam mewujudkan pemerintah yang tangguh (*Agile Government*) di Provinsi Jawa

- Barat. In A. Durumurti, M. E. Atmojo, & H. D. Fridayani (Eds.), *Peningkatan kualitas sumber daya manusia pemerintahan: Penerapan Agile Government di instansi pemerintahan*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Morrell, K., & Dahlmann, F. (2023). Aristotle in the Anthropocene: The comparative benefits of Aristotelian virtue ethics over utilitarianism and deontology. *Anthropocene Review*, 10(3), 615–635. <https://doi.org/10.1177/20530196231108749>
- Pihlaja, B. (2025). Duty/deontological ethics. In D. G. Ross (Ed.), *The Routledge handbook of ethics in technical and professional communication* (pp. 75–92). New York: Routledge.
- Ramadhan, F., & Putri, M. D. (2022). Profesionalisme ASN dan integritas dalam meningkatkan kinerja pelayanan publik di instansi pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Kebijakan Publik*, 9(1), 28–36.
- Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. (2022). Corporate social responsibility and ethics in higher education institutions. *Journal of Business Ethics*, 177(4), 955–972. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05119-5>
- Singh, D. R. (2025). Philosophy meets profit: Ethical decision-making in global business environments. *International Journal of Global Humanities and Management Insights*, 1(1), 36–43.
- Sugiarto, & Farid, A. (2023). Penerapan inovasi dan kreativitas dalam pembelajaran berbasis teknologi. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(3), 580–597.
- Surya, J. E. (2022). Pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 759–768.
- Turčan, M. (2025). *Ethical dimensions of the theory of law*. Bratislava: Faculty of Law, Comenius University.