

Analisis Implementasi Etika Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan PT Goto Gojek Tokopedia Tbk

Ester Memah^{1*}, Jesica Rakinaung², Ananda Karunia Rorong³, Graccio Hadinata⁴

¹⁻⁴Universitas Negeri Manado, Indonesia

grace.sumakul@unima.ac.id¹

Alamat: Jl. Kampus Unima, Kabupaten Minahasa, Sulawesi Utara

*Korespondensi penulis: estermemahh@gmail.com

Abstract. *Business ethics form the moral foundation that guides corporate operations and stakeholder interactions, fostering trust, strengthening relationships, and promoting long-term business sustainability. In the digital industry, the application of business ethics has become increasingly critical due to the complexity of interactions among companies, partners, and customers. PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk, established through the 2021 merger of Gojek and Tokopedia, faces substantial challenges in upholding ethical principles amid the dynamic landscape of Indonesia's digital economy. This study adopts a descriptive qualitative approach, utilizing observation and literature review, to examine the extent to which the implementation of business ethics at GoTo contributes to its corporate performance. The findings indicate that consistent ethical practices significantly enhance corporate reputation, improve customer loyalty, and foster a healthy work environment. The integration of fairness, honesty, transparency, and social responsibility has proven to be critical in ensuring corporate sustainability and growth within the competitive digital industry. This study underscores the imperative for companies to systematically embed ethical principles into all operational activities in order to address evolving regulatory frameworks, market competition, and rising societal expectations.*

Keywords: *Ethics, Digital, Gojek Tokopedia, Performance.*

Abstrak. Etika bisnis berfungsi sebagai fondasi moral yang mengarahkan perusahaan dalam beroperasi dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan, membangun kepercayaan, memperkuat hubungan, serta mendorong keberlanjutan usaha. Dalam konteks industri digital, penerapan etika bisnis menjadi semakin penting karena kompleksitas interaksi antara perusahaan, mitra, dan pelanggan. PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk, hasil merger antara Gojek dan Tokopedia pada tahun 2021, menghadapi tantangan dalam menegakkan prinsip etika bisnis di tengah dinamika ekonomi digital Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berbasis observasi dan studi kepustakaan untuk mengevaluasi sejauh mana implementasi etika bisnis di GoTo berkontribusi terhadap kinerja perusahaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik etika bisnis yang konsisten mampu memperkuat reputasi, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat. Implementasi prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial terbukti menjadi faktor kunci dalam memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan di industri digital yang kompetitif. Studi ini menegaskan pentingnya komitmen perusahaan dalam mengintegrasikan etika bisnis ke dalam seluruh aktivitas operasional guna menghadapi tantangan regulasi, persaingan pasar, dan ekspektasi sosial yang terus berkembang.

Kata Kunci: *Etika, Digital, Gojek Tokopedia, Kinerja*

1. LATAR BELAKANG

Etika bisnis merupakan fondasi moral yang membimbing perilaku organisasi dalam menjalankan kegiatan operasional dan menjalin hubungan dengan para pemangku kepentingan, seperti karyawan, pelanggan, mitra, hingga masyarakat luas. Dalam era transformasi digital yang sangat dinamis, etika bisnis bukan lagi sekadar wacana normatif, melainkan telah menjadi kebutuhan strategis untuk menjaga keberlanjutan usaha. Ferrell dan Fraedrich (2020) menekankan bahwa integrasi nilai-nilai etis ke dalam strategi perusahaan mampu meningkatkan reputasi dan loyalitas pelanggan, serta menekan risiko hukum dan reputasi yang merugikan. Di tengah pesatnya pertumbuhan industri digital, tekanan pada pelanggaran etika semakin meningkat, menuntut perusahaan untuk memperkuat sistem nilai internal dan kepatuhan terhadap regulasi (ECI, 2020).

Dalam konteks perusahaan berbasis teknologi, penerapan etika bisnis menjadi tantangan yang kompleks. Interaksi yang bersifat digital, hubungan kerja yang fleksibel (*gig economy*), serta tekanan untuk terus berinovasi sering kali membuat batas antara kepatuhan dan pelanggaran menjadi kabur. GoTo Gojek Tokopedia Tbk., hasil merger strategis antara dua perusahaan teknologi terkemuka Indonesia pada tahun 2021, menjadi studi kasus yang relevan dalam menelaah bagaimana perusahaan digital besar menghadapi realitas ini. Sebagai entitas yang menyatukan layanan transportasi, e-commerce, dan pembayaran digital, GoTo memiliki tanggung jawab besar untuk menyeimbangkan efisiensi operasional dengan kepatuhan terhadap prinsip etika dan sosial (GoTo Gojek Tokopedia Tbk., 2021).

Keberadaan GoTo dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia menjadikan perusahaan ini bukan hanya sebagai pelaku pasar, tetapi juga pembentuk norma perilaku bisnis. Namun, dalam praktiknya, GoTo menghadapi berbagai tantangan terkait pelanggaran etika, seperti praktik order fiktif, konflik dengan mitra pengemudi, hingga perdebatan seputar status hukum perusahaan terkait pajak digital (Kompas.com, 2023; Peraturan Menteri Keuangan RI No. 210/PMK.010/2018). Situasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara prinsip etika yang dicanangkan dan pelaksanaannya di lapangan. Oleh karena itu, penting untuk menilai sejauh mana implementasi etika bisnis di GoTo mampu mempengaruhi kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika bisnis yang dijalankan oleh PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. serta menilai dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Fokus utama diarahkan pada sejauh mana nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial telah diinternalisasi dalam budaya organisasi dan menjadi acuan dalam pengambilan keputusan. Kajian ini juga mengevaluasi peran kepemimpinan etis dan

efektivitas tata kelola perusahaan (GCG) dalam membentuk iklim organisasi yang mendukung keberlanjutan (Iqbal & Triatmanto, 2024; Cabrera-Luján et al., 2023).

Secara konseptual, kajian ini berupaya mengisi kekosongan (research gap) dalam literatur terkait penerapan etika bisnis pada perusahaan digital berbasis platform di Indonesia. Sebagian besar studi terdahulu lebih banyak menitikberatkan pada etika bisnis dalam konteks manufaktur atau sektor keuangan, sementara sektor digital masih kurang dieksplorasi, khususnya terkait dampak langsungnya terhadap kinerja perusahaan di tengah tekanan regulasi dan persaingan pasar (Hidayat & Pradana, 2024; Kurniawan & Ramadhani, 2023). Selain itu, masih sedikit penelitian yang mengintegrasikan pendekatan teoritis etika bisnis dengan data kasus aktual yang kompleks dan multidimensional seperti pada GoTo.

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua dimensi, yaitu secara teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai hubungan antara etika bisnis dan kinerja perusahaan di era digital, khususnya dalam konteks negara berkembang. Penelitian ini juga memperkuat relevansi teori stakeholder, di mana perusahaan dituntut untuk bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh aktor dalam ekosistemnya (Sari & Syamsudin, 2023). Sementara secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan strategis bagi manajemen GoTo dan perusahaan digital lainnya dalam merumuskan kebijakan etika yang lebih adaptif, responsif, dan berkelanjutan.

Dengan demikian, kajian ini penting dilakukan sebagai upaya mendalam untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis tidak hanya menjadi slogan korporasi, tetapi benar-benar diimplementasikan dalam proses bisnis sehari-hari. Perusahaan digital seperti GoTo harus mampu membangun sistem nilai yang berakar kuat dan secara konsisten dijalankan, agar dapat menjaga legitimasi sosial dan menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Komitmen terhadap etika akan menjadi pembeda utama di tengah kompetisi yang semakin ketat dan ekspektasi publik yang terus berkembang (Fitriana & Suryani, 2022).

2. KAJIAN TEORITIS

Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip moral dan nilai-nilai yang menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan dan perilaku perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Dalam konteks organisasi modern, etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai kerangka moral, melainkan telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang memengaruhi reputasi, keberlanjutan, dan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Ferrell & Fraedrich, 2020). Etika bisnis menuntut perusahaan untuk bertindak secara adil, jujur, dan

bertanggung jawab dalam menjalin hubungan dengan para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, mitra bisnis, serta masyarakat umum.

Implementasi etika bisnis secara konsisten sangat erat kaitannya dengan prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG), yaitu keterbukaan, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, dan kesetaraan. GCG bukan hanya instrumen tata kelola, tetapi juga menjadi landasan integritas perusahaan dalam membangun kepercayaan stakeholders. Dalam praktiknya, prinsip-prinsip ini menjadi alat evaluatif terhadap kinerja manajerial dan budaya perusahaan yang mencerminkan kualitas kepemimpinan dan tata kelola (GoTo Gojek Tokopedia Tbk., 2021). Selain itu, perusahaan yang mampu mengimplementasikan etika secara nyata cenderung lebih tahan terhadap tekanan eksternal dan risiko reputasi.

Di tengah era transformasi digital, integrasi etika bisnis menjadi semakin penting dan kompleks. Perusahaan dituntut untuk memiliki sistem nilai yang tangguh, terutama ketika menghadapi disrupsi teknologi dan krisis global seperti pandemi COVID-19. Studi ECI (2020) menunjukkan bahwa tekanan di lingkungan kerja modern dapat meningkatkan kecenderungan pelanggaran etika. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun budaya etika yang proaktif melalui pelatihan, pelibatan manajemen, dan mekanisme pelaporan yang efektif agar tidak terjadi misconduct yang merugikan.

Keterkaitan antara etika bisnis dan pencapaian keberlanjutan juga dapat dilihat melalui prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG). Adopsi teknologi digital, seperti kecerdasan buatan generatif (Generative AI), apabila dilakukan secara etis, terbukti meningkatkan kinerja ESG perusahaan, khususnya dalam aspek sosial dan lingkungan (Kurniawan & Ramadhani, 2023). Hal ini memperlihatkan bahwa integrasi etika dalam inovasi teknologi bukan hanya memenuhi tuntutan regulasi, tetapi juga memperkuat posisi strategis perusahaan dalam peta persaingan global yang berbasis keberlanjutan.

Sejumlah penelitian telah menunjukkan hubungan positif antara penerapan etika bisnis dan peningkatan kinerja organisasi. Fitriana dan Suryani (2022) dalam penelitiannya di Gorontalo menemukan bahwa implementasi etika bisnis menyumbang sebesar 70,9% terhadap peningkatan kinerja karyawan. Ini menegaskan bahwa etika berperan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, meningkatkan produktivitas, dan memperkuat keterikatan emosional terhadap perusahaan. Selain itu, reputasi perusahaan yang dibangun atas dasar etika yang kuat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing bisnis secara keseluruhan (Cabrera-Luján et al., 2023).

Lebih jauh, integrasi etika bisnis dengan praktik corporate social responsibility (CSR) terbukti menciptakan efek sinergis dalam membentuk loyalitas stakeholder. Dalam sektor

nirlaba, reputasi yang berbasis nilai etis terbukti memperkuat kepercayaan donor dan penerima manfaat (Cabrera-Luján et al., 2023). Hal ini memperkuat pandangan bahwa perusahaan yang mengadopsi prinsip-prinsip etika dan CSR secara holistik akan lebih mampu membangun relasi jangka panjang dengan para pemangku kepentingan.

Peran pemimpin etis menjadi komponen kunci dalam membangun organisasi yang berintegritas. Iqbal dan Triatmanto (2024) mengemukakan bahwa kepemimpinan etis yang berbasis pada teori stakeholder mampu meningkatkan kinerja ESG di sektor UKM. Pemimpin yang berperilaku etis tidak hanya memberikan contoh, tetapi juga membentuk budaya organisasi yang adaptif dan bertanggung jawab. Budaya organisasi yang menjunjung tinggi keadilan terbukti meningkatkan kepercayaan, meningkatkan perilaku kewargaan organisasi (OCB), serta menurunkan perilaku kontra-produktif di tempat kerja (Sari & Syamsudin, 2023).

Dalam konteks keberlanjutan bisnis, etika juga berperan dalam mengarahkan perusahaan menuju praktik bisnis hijau (green business). Hidayat dan Pradana (2024) menunjukkan bahwa etika bisnis, kepemimpinan lingkungan, dan inovasi hijau berkontribusi secara signifikan dalam menciptakan keunggulan kompetitif berbasis keberlanjutan. Dalam lanskap global yang terus berubah, perusahaan yang mengintegrasikan etika dalam model bisnis hijau akan lebih relevan dan responsif terhadap isu lingkungan dan ekspektasi publik.

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa perusahaan digital memiliki tantangan yang unik dalam penerapan etika, seperti konflik antara efisiensi algoritma dan keadilan sosial. Gojek dan Tokopedia sebagai bagian dari GoTo Group menghadapi persoalan serius terkait order fiktif, pembekuan akun driver, hingga regulasi pajak digital (Kompas.com, 2023). Tantangan-tantangan ini mencerminkan bahwa perusahaan berbasis platform digital memerlukan pendekatan etika yang kontekstual dan tidak hanya bersandar pada regulasi formal.

Dengan merujuk pada teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa implementasi etika bisnis tidak hanya menjadi nilai tambah, melainkan prasyarat utama untuk mencapai kinerja yang unggul, berkelanjutan, dan berkeadilan. Perusahaan yang menanamkan etika sebagai nilai inti akan memiliki kemampuan adaptasi yang lebih baik terhadap tekanan pasar, perubahan regulasi, dan ekspektasi sosial yang berkembang cepat. Oleh karena itu, penting bagi entitas bisnis seperti GoTo untuk menjadikan etika sebagai poros dalam seluruh pengambilan keputusan dan aktivitas operasionalnya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan dan

memahami secara mendalam bagaimana implementasi etika bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, khususnya pada kasus PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman kontekstual dan interpretatif terhadap fenomena sosial yang kompleks, seperti hubungan antara nilai-nilai etika dengan dinamika operasional perusahaan digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi tidak langsung terhadap aktivitas perusahaan melalui platform digital dan media sosial, serta studi pustaka terhadap dokumen, laporan tahunan, berita daring, dan literatur akademik terkait topik penelitian (GoTo Gojek Tokopedia Tbk., 2021). Observasi digunakan untuk menangkap gejala sosial yang muncul di lingkungan kerja dan interaksi antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan, sementara studi kepustakaan memberikan kerangka teoretis yang kuat dalam menginterpretasi temuan yang diperoleh.

Dalam proses analisis data, peneliti menerapkan teknik analisis konten (content analysis) yang bersifat tematik untuk mengidentifikasi pola, prinsip etika yang dominan, serta konsekuensinya terhadap reputasi dan kinerja organisasi. Analisis ini dilakukan melalui proses kategorisasi dan interpretasi terhadap data tekstual berdasarkan kerangka teori etika bisnis, prinsip ESG, serta Good Corporate Governance (GCG). Validitas data diperkuat dengan menggunakan triangulasi sumber, yakni membandingkan hasil temuan dari observasi dengan data dokumenter dan teori ilmiah yang relevan. Pendekatan ini selaras dengan studi-studi terdahulu yang mengkaji hubungan antara kepemimpinan etis, reputasi organisasi, dan performa ESG di sektor bisnis digital (Iqbal & Triatmanto, 2024; Cabrera-Luján et al., 2023). Dengan demikian, metode ini diyakini mampu menangkap kompleksitas fenomena etika bisnis dalam konteks perusahaan berbasis platform dan memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan kebijakan etika korporasi yang adaptif dan berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika bisnis dalam perusahaan jasa, seperti PT Goto Gojek Tbk, memegang peranan yang sangat penting dalam membangun hubungan yang saling menghormati antara perusahaan, mitra pengemudi, pelanggan, serta masyarakat. Selain itu, berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis yang konsisten dapat meningkatkan reputasi perusahaan sekaligus kinerja keuangan dalam jangka panjang (Carroll & Shabana, 2010). Sebagai perusahaan yang menyediakan layanan berbasis teknologi, Gojek harus memastikan bahwa setiap keputusan dan tindakan yang diambil tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan kesejahteraan seluruh pihak yang terlibat. Etika bisnis yang baik akan membimbing Gojek

dalam memberikan pelayanan yang adil, transparan, dan profesional, serta menciptakan lingkungan kerja yang positif bagi karyawan dan mitra. Dengan menjunjung tinggi nilai-nilai etika, PT Goto Gojek Tbk dapat memastikan kelangsungan usahanya yang berkelanjutan dan berkontribusi pada pengembangan ekonomi digital di Indonesia.

Kegiatan operasional bisnis di industri jasa seperti yang dijalankan oleh Gojek mencakup beragam aspek kompleks mulai dari penyajian layanan, manajemen armada, hingga penyaluran jasa kepada pelanggan. Seluruh rangkaian aktivitas ini membutuhkan sistem pengendalian yang efektif, meliputi aspek pengawasan, perencanaan anggaran, dan optimalisasi sumber daya. Sistem kendali tersebut perlu didasari oleh prinsip etika dan kerangka hukum yang sah untuk memastikan keberlanjutan usaha. Prinsip etika bisnis berperan mengatur bagaimana perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan operasionalnya dalam berbagai kondisi tanpa menghadapi kendala berarti.

Persoalan yang muncul adalah terkait kepatuhan perusahaan penyedia jasa di Indonesia, termasuk Gojek, terhadap standar etika bisnis yang berlaku. Hal ini menjadi isu signifikan mengingat menjamurnya layanan berbasis aplikasi di tanah air, dari transportasi daring, logistik, hingga sistem pembayaran digital, yang telah menjadi bagian integral dari aktivitas sehari-hari masyarakat. Aksesibilitas layanan yang meningkat telah memperkuat ikatan antara penyedia jasa dan konsumen.

Namun disayangkan, tidak semua pelaku bisnis di sektor ini berkomitmen menjalankan prinsip kejujuran dan menjunjung tinggi etika bisnis. Beberapa pihak memanfaatkan celah untuk melakukan penipuan atau pelanggaran etika. Akibatnya, tindakan tidak etis dalam industri jasa menjadi fenomena yang sulit dihindari. Padahal, berdasarkan berbagai studi terdahulu, entitas bisnis yang mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan adalah mereka yang konsisten mematuhi kaidah etika bisnis yang baik.

Pelanggaran-Pelanggaran Yang terjadi.

Adapun pelanggaran-pelanggaran etika yang pernah dilakukan oleh PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk merupakan perusahaan teknologi terbesar di Indonesia yang lahir dari penggabungan dua startup unicorn, Gojek dan Tokopedia, pada tahun 2021. Sebagai entitas yang bergerak di sektor teknologi dan layanan digital, GoTo memiliki peran signifikan dalam perekonomian Indonesia. Namun, seiring dengan pertumbuhannya, perusahaan ini juga dihadapkan pada berbagai tantangan terkait pelanggaran etika bisnis. Pembahasan ini akan mengulas beberapa pelanggaran etika yang pernah terjadi di GoTo, termasuk konflik

internal antara manajemen dan driver Gojek di Surabaya, praktik order fiktif untuk mendapatkan bonus poin GoFood, ketidakpatuhan terhadap aturan perusahaan seperti pelanggaran kesepakatan bagi hasil pendapatan, pelanggaran lalu lintas oleh driver, serta isu terkait kebijakan pajak dan status perusahaan sebagai penyedia aplikasi.

1. Konflik Internal antara Manajemen dan Driver Gojek di Surabaya

Pada Desember 2015, terjadi konflik signifikan antara manajemen Gojek dan para drivernya di Surabaya (CNN Indonesia, 2015). Ribuan akun driver Gojek dibekukan (suspend) oleh manajemen karena dugaan keterlibatan dalam praktik order fiktif. Order fiktif ini dilakukan oleh beberapa oknum driver untuk mendapatkan bonus poin GoFood tanpa benar-benar melaksanakan pengantaran. Manajemen menuding adanya permainan driver yang melakukan order fiktif tanpa masuk dalam sistem ketika melaksanakan tugas pengantaran barang. Akibat dari tindakan tersebut, manajemen Gojek mengalami kerugian finansial yang signifikan dan menerapkan sanksi berupa pembekuan akun serta denda bagi para driver yang terlibat. Namun, kebijakan tersebut memicu protes dari para driver yang merasa tidak mendapatkan keadilan dan transparansi dalam proses penindakan. Konflik ini mencerminkan ketegangan antara manajemen dan mitra driver, terutama terkait transparansi kebijakan dan komunikasi yang efektif.

2. Praktik Order Fiktif untuk Mendapatkan Bonus Poin GoFood

Praktik order fiktif tidak hanya terjadi di Surabaya, tetapi juga di berbagai wilayah operasi Gojek lainnya. Pada tahun 2023, Gojek berhasil membongkar kasus order fiktif yang dilakukan oleh dua mitranya di Jawa Timur selama 10 bulan, yang merugikan perusahaan sekitar Rp 2,2 miliar (Kompas.com, 2023). Modus operandi yang digunakan adalah melakukan sejumlah transaksi pesan makanan fiktif untuk mendapatkan insentif atau bonus yang ditawarkan oleh perusahaan. Praktik ini tidak hanya merugikan perusahaan secara finansial tetapi juga mencederai prinsip etika bisnis dan kepercayaan perusahaan dan mitranya. Selain itu, tindakan tersebut dapat merusak reputasi perusahaan di mata konsumen dan publik secara umum.

3. Ketidakpatuhan terhadap Aturan Perusahaan dan Pelanggaran Kesepakatan Bagi Hasil Pendapatan

Ketidakpatuhan terhadap aturan perusahaan, seperti pelanggaran kesepakatan bagi hasil pendapatan, juga menjadi isu yang dihadapi oleh GoTo. Beberapa driver merasa

bahwa pembagian pendapatan tidak adil atau tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Hal ini menimbulkan ketidakpuasan dan potensi konflik antara driver dan manajemen (GoTo Gojek Tokopedia Tbk., 2021). Selain itu, terdapat juga kasus di mana driver tidak mematuhi aturan perusahaan dengan melakukan tindakan yang merugikan, seperti order fiktif atau pelanggaran lainnya. Ketidakpatuhan semacam ini menunjukkan perlunya pengawasan yang lebih ketat dan komunikasi yang lebih baik antara manajemen dan mitra driver untuk memastikan kepatuhan terhadap aturan dan kesepakatan yang telah ditetapkan.

4. Pelanggaran Lalu Lintas oleh Drive

Pelanggaran lalu lintas oleh driver Gojek menjadi perhatian tersendiri dalam konteks etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan. Beberapa pelanggaran yang sering terjadi antara lain:

- a) Memasuki Jalur Busway dan Melawan Arus: Beberapa driver terlibat dalam pelanggaran lalu lintas seperti memasuki jalur busway dan melawan arus untuk mengejar waktu atau menghindari kemacetan (Undang-Undang RI No. 22 Tahun 2009). Tindakan ini tidak hanya melanggar hukum tetapi juga membahayakan keselamatan pengguna jalan lainnya.
- b) Tidak Memiliki SIM dan Menggunakan HP saat Berkendara: Ada kasus di mana driver tidak memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM) yang sah atau menggunakan ponsel saat berkendara, yang meningkatkan risiko kecelakaan dan melanggar peraturan lalu lintas.
- c) Parkir Sembarangan: Beberapa driver parkir sembarangan saat menunggu order atau menjemput penumpang, yang dapat mengganggu ketertiban umum dan menyebabkan kemacetan.

Pelanggaran-pelanggaran tersebut mencerminkan kurangnya disiplin dan kepatuhan terhadap peraturan lalu lintas, yang dapat merusak citra perusahaan dan menimbulkan masalah hukum. Isu Terkait Kebijakan Pajak dan Status Perusahaan sebagai Penyedia Aplikasi GoTo menghadapi isu terkait kebijakan pajak dan status perusahaannya. Perusahaan mengklaim dirinya sebagai penyedia aplikasi, bukan perusahaan transportasi, untuk menghindari kewajiban pajak tertentu yang biasanya dikenakan pada perusahaan transportasi (Peraturan Menteri Keuangan RI No. 210/PMK.010/2018). Namun, ada pandangan bahwa karena GoTo menetapkan tarif langsung untuk konsumen dan memiliki

kontrol signifikan atas layanan transportasi yang disediakan melalui platformnya, perusahaan seharusnya dikenakan pajak sebagai perusahaan transportasi. Isu ini menimbulkan perdebatan mengenai bagaimana perusahaan platform digital seperti GoTo harus diklasifikasikan dan dikenakan pajak. Regulasi yang jelas dan adil diperlukan untuk memastikan bahwa perusahaan memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan jenis layanan yang sebenarnya mereka sediakan.

Prinsip - Prinsip

Optimalisasi praktik bisnis di PT. GoTo Gojek dipengaruhi oleh berbagai elemen masyarakat yang membentuk ekosistem bisnis. Regulasi yang berlaku dalam komunitas turut mengatur aspek-aspek penting dalam industri layanan transportasi dan logistik. Kepatuhan terhadap kaidah etika bisnis menjadi parameter penting bagi para pemangku kepentingan di PT. GoTo Gojek dalam mengembangkan perusahaan.

Menurut Sony Keraf (sebagaimana dikutip oleh Elfina Lebrine, 2010), terdapat beberapa fondasi etika bisnis yang meliputi prinsip ekonomi, prinsip integritas, prinsip transparansi, prinsip kesetaraan, serta prinsip penghargaan terhadap harga diri yang perlu dipedomani oleh seluruh komponen PT. GoTo Gojek, termasuk pengemudi, pengguna layanan, dan seluruh jajaran karyawan perusahaan (Suharto, 2018).

1. Prinsip Ekonomi (*Economy Principle*)

Prinsip ini menekankan bahwa setiap tindakan bisnis harus mempertimbangkan efisiensi dan keuntungan yang berkelanjutan. Contohnya, PT GOTO Gojek menerapkan sistem insentif bagi driver yang berkerja dengan performa tinggi, sehingga mereka termotifas untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan tanpa harus melakukan order fiktif. dengan cara ini, perusahaan dapat menjaga profitabilitas dan tetap kompetitif di pasar.

2. Prinsip Kejujuran (*Honesty Principle*)

Kejujuran adalah kunci dalam menjaga kepercayaan antar driver, pengguna, dan perusahaan. Contohnya beberapa driver Gojek terlibat dalam praktik order fiktif untuk mendapatkan insentif lebih, yang akhirnya merugikan perusahaan. Untuk mengatasi hal ini, gojek menerapkan sistem deteksi order fiktif menggunakan teknologi AI dan memberikan sanksi tegas terhadap pelanggar. Langkah ini memastikan bahwa hanya driver yang berkerja dengan jujur yang mendapatkan manfaat dari insentif.

3. Prinsip Tidak Terbaca (*Unrevealed principle*)

Frasa “Unrevealed principle” tidak umum di gunakan dalam teori etika bisnis. Namun jika di kaitkan dengan konteks bisnis, prinsip ini merujuk pada kewajiban untuk menjaga kerahasiaan informasi bisnis dan data pelanggan. Misalnya, GOTO Gojek memiliki kebijakan perlindungan data yang ketat untuk mencegah penyalahgunaan informasi pribadi pengguna, seperti alamat, nomor telepon, dan riwayat perjalanan. Jika prinsip ini di langgar, kepercayaan pelanggan bisa berkurang dan perusahaan dapat menghadapi sanksi hukum.

4. Prinsip Keadilan (*Fair principle*)

Prinsip ini mekankan perlakuan adil terhadap semua pihak yang terlibat bisnis. Contohnya, ada keluhan dari mitra driver terkait pembagian hasil yang di anggap tidak adil, di mana potongan yang di ambil oleh perusahaan dari tarif perjalanan di nilai terlalu besar. Sebagai tanggapan, Gojek beberapa kali menyesuaikan sistem hasil bagi hasil untuk meningkatkan kesejahteraan driver dan menjaga hubungan kerja yang harmonis.

5. Prinsip Menghormati Diri Sendiri (*Respect Ourselves Rinciple*)

Prinsip ini menegaskan bahwa setiap individu dalam ekosistem bisnis harus menjaga integritas dan martabatnya. Misalnya, seorang driver bekerja dengan jujur, mengikuti aturan lalu lintas, dan memberikan layanan yang baik menunjukkan bahwa ia menghormati profesinya dan dirinya sendiri. Sebaliknya, driver yang melanggar aturan, seperti menerobos jalur busway atau menerima pesanan fiktif, menunjukkan bahwa ia tidak menghargai profesinya dan dapat merusak reputasi dirinya serta perusahaan.

PT. GoTo Gojek sebagai perusahaan jasa transportasi dan pengiriman harus mematuhi etika bisnis dan hukum yang berlaku. Prinsip-prinsip etika bisnis seperti ekonomi, kejujuran, keadilan, dan menghormati diri sendiri harus dipegang oleh semua pihak yang terlibat, termasuk driver, pengguna, dan karyawan.

Penyelesaian Masalah-Masalah Pelanggaran Yang Di Lakukan Oleh Pt Goto Gojek Tokopedia, Menggunakan Prinsip – Prinsip.

1. Penyelesaian Konflik Internal Driver dan Manajemen melalui Prinsip Keadilan (*Fair Principle*)

Untuk menyelesaikan ketegangan akibat pembekuan akun driver di Surabaya (CNN

Indonesia, 2015), PT GoTo harus menerapkan mekanisme keadilan prosedural dengan membuka saluran komunikasi dua arah. Setiap tindakan sanksi harus didasarkan pada bukti yang transparan dan memberikan ruang bagi driver untuk mengajukan pembelaan. "Prinsip keadilan menuntut perlakuan setara dan kesempatan yang adil dalam setiap keputusan bisnis" (Keraf, 1998).

2. Penyelesaian Konflik Order Fiktif Melalui Prinsip Kejujuran (*Honesty principle*)

Dalam menghadapi praktik order fiktif yang merugikan perusahaan hingga Rp2,2 miliar (Kompas.com, 2023), GoTo perlu memperkuat sistem deteksi fraud berbasis AI dan memperketat verifikasi transaksi. Program edukasi berkelanjutan bagi mitra driver juga diperlukan untuk menanamkan pentingnya kejujuran. "Kejujuran menjadi dasar bagi hubungan bisnis yang berkelanjutan dan produktif" (Elfina Lebrine, 2010).

3. Penyelesaian Masalah Ketidapatuhan Pembagian Pendapatan melalui Prinsip Ekonomi (*Economy Principle*)

Ketidakpuasan driver atas pembagian pendapatan dapat diatasi dengan evaluasi ulang sistem insentif berbasis performa riil. Pendekatan ini memastikan efisiensi dan keberlanjutan kinerja tanpa memicu perilaku curang. "Setiap keputusan bisnis harus mempertimbangkan keseimbangan antara efisiensi ekonomi dan keadilan sosial" (Keraf, 1998).

4. Penyelesaian Pelanggaran Lalu Lintas oleh Driver melalui Prinsip Menghormati Diri Sendiri (*Respect Ourself Principle*)

Untuk mencegah pelanggaran lalu lintas seperti menerobos jalur busway dan penggunaan ponsel saat berkendara (UU No. 22 Tahun 2009), GoTo harus meningkatkan pelatihan etika berkendara dan memberikan penghargaan kepada driver berperilaku disiplin. "Menghormati diri sendiri berarti menjaga perilaku profesional demi martabat pribadi dan perusahaan" (Keraf, 1998).

5. Penyelesaian Isu Pajak dan Status Perusahaan melalui Prinsip Tidak Terbaca (*Unrevealed Principle*)

Dalam isu status perusahaan sebagai penyedia aplikasi (PMK 210/2018), GoTo harus lebih transparan dalam pelaporan keuangan dan perlindungan data pengguna, memperkuat kredibilitas terhadap regulator dan masyarakat. "Dalam dunia bisnis digital,

menjaga kerahasiaan informasi adalah bagian integral dari integritas perusahaan" (Suharto, 2018).

Penerapan etika bisnis yang baik dalam PT. Goto Gojek Tokopedia Tbk berperan penting dalam mendukung kelangsungan usaha perusahaan, khususnya dalam industri jasa. Etika bisnis yang diterapkan oleh perusahaan tidak hanya memperkuat hubungan dengan konsumen, tetapi juga meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip etika yang kuat, seperti transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial, dapat memperoleh kepercayaan jangka panjang dari pelanggan dan mitra bisnis. Selain itu, etika bisnis yang diterapkan dengan konsisten memberikan keuntungan kompetitif, membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin ketat. Penerapan etika bisnis yang baik juga menciptakan lingkungan kerja yang positif, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan. Hal ini sangat penting dalam mempertahankan keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin global dan dinamis.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan dan kinerja PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk sebagai perusahaan berbasis digital. Nilai-nilai etika seperti kejujuran, keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial, dan integritas terbukti krusial dalam membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan, termasuk mitra pengemudi, pelanggan, dan regulator. Temuan dari beberapa kasus pelanggaran, seperti praktik order fiktif, ketidakpatuhan terhadap pembagian hasil, dan pelanggaran lalu lintas, mencerminkan masih adanya celah dalam penerapan prinsip-prinsip tersebut di lapangan. Namun demikian, upaya perbaikan melalui pemanfaatan teknologi pengawasan, edukasi mitra, dan pembaruan kebijakan insentif telah menjadi langkah strategis dalam memperkuat tata kelola etis di dalam perusahaan.

Secara umum, etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai norma moral, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang menentukan reputasi dan daya saing perusahaan di era digital. Dengan penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dan dukungan dari kepemimpinan etis, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pemangku kepentingan dan mengurangi risiko reputasi serta pelanggaran hukum. Oleh karena itu, integrasi etika ke dalam seluruh proses operasional dan pengambilan keputusan bisnis menjadi syarat mutlak untuk

mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri yang sarat dengan tantangan kompleksitas, regulasi, dan ekspektasi publik yang terus berkembang.

Saran

PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk perlu meningkatkan konsistensi dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis secara menyeluruh di setiap lini operasional. Salah satu langkah penting adalah membangun sistem pengawasan internal yang lebih efektif, termasuk penerapan teknologi untuk deteksi pelanggaran etika secara dini dan mekanisme pelaporan pelanggaran yang aman serta terpercaya. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk memperkuat pelatihan etika secara berkala bagi seluruh karyawan dan mitra guna membangun kesadaran kolektif terhadap pentingnya perilaku etis dalam kegiatan bisnis.

Perusahaan juga disarankan untuk terus mengevaluasi sistem kompensasi dan insentif bagi mitra driver agar mencerminkan prinsip keadilan dan proporsionalitas. Dalam konteks hubungan dengan regulator, GoTo perlu mengedepankan transparansi, khususnya dalam hal kepatuhan pajak dan status hukum, agar tidak menimbulkan multitafsir dan konflik kepentingan. Lebih jauh, integrasi prinsip ESG dan penguatan budaya organisasi berbasis etika akan menjadi fondasi yang kokoh dalam membangun keunggulan kompetitif berbasis keberlanjutan di pasar digital yang semakin kompetitif.

DAFTAR REFERENSI

- Cabrera-Luján, I., Sánchez-García, J. C., & Valera, C. S. (2023). Corporate social responsibility, business ethics, reputation, and loyalty in nonprofit organizations: A causal model. *Sustainability*, 15(3), 2767. <https://doi.org/10.3390/su15032767>
- ECI (Ethics & Compliance Initiative). (2020). *Global Business Ethics Survey 2020: Pressure in the workplace leads to misconduct*. Ethics.org. <https://www.ethics.org/global-business-ethics-survey-2020/>
- Ferrell, O. C., & Fraedrich, J. (2020). *Business ethics: Ethical decision making and cases* (12th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Fitriana, N., & Suryani, T. (2022). Pengaruh etika bisnis terhadap kinerja karyawan pada perusahaan jasa di Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 123–135. <https://doi.org/10.31289/jimb.v9i2.5822>
- GoTo Gojek Tokopedia Tbk. (2021). *Laporan tahunan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk*. Jakarta: GoTo.

- Hidayat, S., & Pradana, M. (2024). Green leadership, environmental responsibility, and business sustainability in Indonesia's manufacturing industry. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Hijau*, 6(1), 77–89. <https://doi.org/10.31940/jebh.v6i1.6543>
- Iqbal, M., & Triatmanto, B. (2024). The influence of ethical leadership and organizational learning on MSMEs ESG performance: A stakeholder theory approach. *International Journal of Ethics and Organizational Studies*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijeos.2024.100205>
- Kurniawan, D., & Ramadhani, N. (2023). Artificial intelligence adoption and its impact on ESG performance: Evidence from emerging markets. *arXiv preprint*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2305.10987>
- Kompas.com. (2023, Juni 15). Gojek bongkar kasus order fiktif di Jawa Timur, rugi Rp2,2 miliar. Kompas.com. <https://www.kompas.com>
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce).
- Republik Indonesia. (2018). Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 tentang perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (E-Commerce)
- Sari, M., & Syamsudin, A. (2023). Ethical climate and organizational justice: Determinants of counterproductive work behavior (CWB) in SMEs. *Indonesian Journal of Business and Management*, 8(1), 50–61. <https://doi.org/10.15294/ijbm.v8i1.5487>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.