

ETIKA BISNIS TRANSPORTASI ONLINE DALAM ERA GLOBALISASI

Purwaningdyah Murti Wahyuni

Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FHISIP)
Universitas Terbuka

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami transformasi di beberapa sektor kehidupan. Salah satu sektor yang turut berubah adalah sektor penyedia jasa transportasi. Hal ini terlihat dari bermunculannya model transportasi berbasis aplikasi *online* pada kota-kota besar di Indonesia. Layanan transportasi berbasis aplikasi *online* menjadi penunjang aktivitas masyarakat di Indonesia. Bagi warga di kota besar seperti Jakarta, intensitas penggunaan transportasi berbasis aplikasi *online* telah menghadirkan pengalaman yang berbeda, baik pengalaman yang baik atau buruk. Pengalaman yang terbentuk tersebut tidak lepas dari faktor-faktor diluar kehendak para pihak. Sebenarnya tidak ada yang salah dengan transportasi berbasis *online* seperti Gojek, Uber dan Grab, sejauh tepat dalam cara penyelenggaraan jasa dan tempat diselenggarakannya jasa transportasi. Bagi daerah dengan kendala penyediaan fasilitas kendaraan umum, keberadaan transportasi *online* akan membantu konsumen yaitu penumpang. Selain bagi masyarakat sekitar, para pendatang atau wisatawan yang kebetulan sedang berkunjung ke daerah-daerah tersebut, daripada merental mobil lebih baik menggunakan taksi atau ojek *online*. Sarana transportasi memiliki peran vital dalam upaya peningkatan keterjangkauan (*accessibility*) suatu wilayah. Transportasi berbasis aplikasi *online* dapat menjadi jawaban untuk mempercepat perkembangan suatu daerah melalui peningkatan keterjangkauan daerah tersebut.

Saat ini, masyarakat Indonesia tengah kecewa pada masalah transportasi yang padat dan tidak teratur. Tingginya tingkat kemacetan dan polusi udara berbanding lurus dengan masyarakat yang kemudian enggan untuk beraktivitas diluar rumah. Padahal di sisi lain, mereka harus gesit untuk memenuhi kebutuhan, misalnya untuk makan, mengirim barang, atau

membeli barang tertentu. Akibatnya, masyarakat mencari solusi praktis untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan tanpa harus keluar rumah atau kantor, salah satunya dengan menggunakan jasa transportasi *online*.

Memang tidak bisa dipungkiri, masyarakat terutama di kota besar sedang menggandrungi transportasi *online* dengan menggunakan aplikasi *smartphone/gawai*. Selain dapat menghemat waktu, transportasi *online* juga bisa mengurai tingkat kemacetan, terutama di kota-kota besar. Perubahan gaya hidup inilah yang dimanfaatkan pelaku usaha untuk memulai persaingan dalam bisnis transportasi *online*. Media *online* menjadi sarana masyarakat dalam menjalankan bisnis transportasi masa kini. Tak heran pebisnis Indonesia banyak yang membuka jasa transportasi menggunakan media *online*. Oleh karena itu pebisnis ini harus betul-betul menguasai aturan main yang aman, baik itu etika bisnisnya maupun rambu-rambu hukumnya.

Menurut bahasa Yunani, kata etika berawal dari kata ethos yang memiliki arti sikap, perasaan, akhlak, kebiasaan, watak. Sedangkan, Magnis Suseno berpendapat bahwa etika bukan merupakan suatu ajaran melainkan suatu ilmu. Kata kedua adalah bisnis, yang diartikan sebagai suatu usaha. Jika kedua kata tersebut dipadukan menjadi “etika bisnis”, maka dapat didefinisikan sebagai suatu tata cara yang dijadikan sebagai acuan dalam menjalankan kegiatan berbisnis, dimana dalam tata cara tersebut mencakup segala macam aspek, baik dari individu, institusi, kebijakan, serta perilaku berbisnis.

Untuk menyusun etika bisnis yang bagus, maka perlu diperhatikan pengendalian diri, pertanggungjawaban sosial, menjadikan persaingan secara sehat, penerapan konsep yang berkelanjutan, dapat mempertahankan keyakinannya, konsisten dengan sebuah aturan yang sudah disepakati bersama, penumbuhan kesadaran serta rasa memiliki dengan apa yang sudah disepakati, menciptakan suatu sikap untuk saling percaya pada antar golongan pengusaha, serta perlu diadakannya sebagian dari etika bisnis untuk dimasukkan dalam hukum yang dapat berupa suatu perundang-undangan.

Pada dasarnya sebuah etika bisnis ini digalakkan karena memiliki maksud dan tujuan tertentu dalam dunia bisnis. Adapun tujuan etika bisnis adalah untuk menjalankan dan menciptakan sebuah bisnis seadil mungkin serta menyesuaikan hukum yang sudah dibuat. Selain itu, juga dimaksudkan

untuk menghilangkan ketergantungan pada sebuah kedudukan individu maupun perusahaan.

Etika bisnis ini tingkatannya lebih luas jika dibanding dengan ketentuan yang sudah diatur berdasarkan hukum yang berlaku, bahkan jika dibandingkan dengan standar minimal dari ketentuan hukum maka etika bisnis menjadi standar atau ukuran yang lebih tinggi. Hal ini dikarenakan, dalam kegiatan berbisnis tidak jarang kita jumpai adanya bagian abu-abu dan tidak diatur berdasarkan ketentuan hukum.

Aspek dan Sudut Pandang Etika Bisnis

Menurut Bertens (2000) terdapat tiga aspek dan sudut pandang pokok dari bisnis, yaitu:

1. Sudut pandang ekonomi, bisnis adalah kegiatan ekonomis, maksudnya adalah adanya interaksi produsen/perusahaan dengan pekerja, produsen dengan produsen dalam sebuah organisasi. Kegiatan antar manusia ini adalah bertujuan untuk mencari untung oleh karena itu menjadi kegiatan ekonomis. Pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi dilakukan melalui interaksi yang melibatkan berbagai pihak.
2. Sudut pandang etika, dalam bisnis berorientasi pada profit adalah sangat wajar, akan tetapi jangan keuntungan yang diperoleh tersebut justru merugikan pihak lain. Maksudnya adalah, semua yang kita lakukan harus menghormati kepentingan dan hak orang lain.
3. Sudut pandang hukum, bisa dipastikan bahwa kegiatan bisnis juga terikat dengan Hukum Dagang atau Hukum Bisnis, yang merupakan cabang penting dari ilmu hukum modern. Dalam praktik hukum banyak masalah timbul dalam hubungan bisnis pada taraf nasional maupun internasional. Seperti etika, hukum juga merupakan sudut pandang normatif, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

Sardi (2004 : 32-33) membedakan etika menjadi dua yaitu etika sebagai praksis dan etika sebagai refleksi, yaitu etika sebagai praksis berarti nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan, walaupun seharusnya dipraktikkan. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral.

Dari beberapa pengertian tentang etika maka dapat disimpulkan bahwa etika mengandung unsur-unsur tentang ; asas, norma dan nilai- nilai moral; nilai moral tersebut direfleksikan dalam sikap dan perilaku serta pegangan individu atau kelompok/masyarakat. Dengan demikian jika disimpulkan, maka etika berarti norma atau nilai-nilai moral yang menjadi pegangan individu atau suatu kelompok masyarakat yang menjadi dasar dari sikap dan perilaku. Dalam perkembangannya perbuatan yang melanggar norma-norma etika kemudian sering disebut juga perbuatan yang tidak etis.

Dengan demikian etika bisnis adalah norma atau nilai-nilai moral yang menjadi pegangan individu atau suatu kelompok masyarakat yang menjadi dasar dari sikap dan perilaku tentang cara pelaksanaan urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan dalam rangka untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan di bidang ekonomi itu.

Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang bertujuan memberikan acuan terkait cara yang harus ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. Menurut Sonny Keraf (1998), terdapat lima prinsip yang dijadikan titik tolak pedoman perilaku dalam menjalankan praktik bisnis, yaitu (Agoes & Ardana, 2009:127-128):

a. Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi menunjukkan sikap kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab. Orang yang mandiri berarti orang yang dapat mengambil suatu keputusan dan melaksanakan tindakan berdasarkan kemampuan sendiri sesuai dengan apa yang diyakininya, bebas dari tekanan, hasutan, dan ketergantungan kepada pihak lain.

b. Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran menanamkan sikap bahwa apa yang dipikirkan adalah apa yang dikatakan, dan apa yang dikatakan adalah yang dikerjakan. Prinsip ini juga menyiratkan kepatuhan dalam melaksanakan berbagai komitmen, kontrak, dan perjanjian yang telah disepakati.

c. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menanamkan sikap untuk memperlakukan semua pihak secara adil, yaitu suatu sikap yang tidak membedakan dari berbagai aspek baik dari aspek ekonomi, hukum, maupun aspek lainnya.

d. Prinsip saling Menguntungkan

Prinsip saling menguntungkan menanamkan kesadaran bahwa dalam berbisnis perlu ditanamkan prinsip *win-win solution*, artinya dalam setiap keputusan dan tindakan bisnis harus diusahakan agar semua pihak merasa diuntungkan.

e. Prinsip Integritas Moral

Prinsip integritas moral adalah prinsip untuk tidak merugikan orang lain dalam segala keputusan dan tindakan bisnis yang diambil. Prinsip ini dilandasi oleh kesadaran bahwa setiap orang harus dihormati harkat dan martabatnya.

Menurut Adiwarman Karim, Presiden Direktur Karim Business Consulting ada nilai – nilai etika bisnis yang seharusnya tidak boleh dilanggar, yaitu :

a. Kejujuran

Banyak orang beranggapan bisnis merupakan kegiatan tipu-menipu demi mendapat keuntungan. Ini jelas keliru. Sesungguhnya kejujuran merupakan salah satu kunci keberhasilan berbisnis. Bahkan, termasuk unsur penting untuk bertahan di tengah persaingan bisnis.

b. Keadilan

Perlakukan setiap orang sesuai haknya. Misalnya, berikan upah kepada karyawan sesuai standar serta jangan pelit memberi bonus saat perusahaan mendapatkan keuntungan lebih. Terapkan juga keadilan saat menentukan harga, misalnya dengan tidak mengambil untung yang merugikan konsumen.

c. Rendah Hati

Jangan lakukan bisnis dengan kesombongan. Misalnya, dalam mempromosikan produk dengan cara berlebihan, apalagi sampai menjatuhkan produk bersaing, entah melalui gambar maupun tulisan. Pada akhirnya, konsumen memiliki kemampuan untuk melakukan penilaian atas kredibilitas sebuah produk/jasa. Apalagi, tidak sedikit masyarakat yang percaya bahwa sesuatu yang terlihat atau terdengar terlalu sempurna, pada kenyataannya justru sering kali terbukti buruk.

d. Simpatik

Kelola emosi. Tampilkan wajah ramah dan simpatik. Bukan hanya di depan klien atau konsumen anda, tetapi juga di hadapan orang-orang yang mendukung bisnis anda, seperti karyawan, sekretaris dan lain-lain.

e. Kecerdasan

Diperlukan kecerdasan atau kepandaian untuk menjalankan strategi bisnis sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku, sehingga menghasilkan keuntungan yang memadai. Dengan kecerdasan pula seorang pebisnis mampu mewaspadaikan dan menghindari berbagai macam bentuk kejahatan non-etis yang mungkin dilancarkan oleh lawan-lawan bisnisnya.

Hal-hal yang harus diketahui dalam menciptakan Etika Bisnis adalah

- a. Menuangkan ke dalam hukum positif
Perlunya sebagian etika bisnis dituangkan dalam suatu hukum positif yang menjadi peraturan perundang-undangan dimaksudkan untuk menjamin kepastian hukum dari etika bisnis tersebut, seperti “proteksi” terhadap pengusaha lemah.
- b. Mampu menyatakan yang benar itu benar
Kalau pelaku bisnis itu memang tidak wajar untuk menerima kredit (sebagai contoh) karena persyaratan tidak bisa dipenuhi dan jangan memaksa diri untuk mengadakan “kolusi” serta memberikan “komisi” kepada pihak yang terkait.
- c. Pengembangan tanggung jawab sosial (Social Responsibility)
Pelaku bisnis dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat.
- d. Memelihara kesepakatan
Memelihara kesepakatan atau menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap hal-hal yang telah disepakati adalah salah satu usaha menciptakan etika bisnis.

Faktor penyebab perusahaan atau produsen melakukan pelanggaran adalah:

- a. Menurunnya formalisme etis (moral yang berfokus pada maksud yang berkaitan dengan perilaku dan hak tertentu).
- b. Kurangnya kesadaran moral utilitarian (moral yang berkaitan dengan memaksimalkan hal terbaik bagi orang sebanyak mungkin)
- c. Undang – undang atau peraturan yang mengatur perdagangan, bisnis dan ekonomi masih kurang
- d. Lemahnya kedudukan lembaga yang melindungi hak – hak konsumen
- e. Rendahnya tingkat pendidikan, pengetahuan serta informasi mengenai bahan, material berbahaya

- f. Pandangan yang salah dalam menjalankan bisnis (tujuan utama bisnis adalah mencari keuntungan semata, bukan kegiatan sosial)
- g. Rendahnya tanggung jawab sosial atau CSR (Corporate Social Responsibility)
- h. Kurangnya pemahaman tentang prinsip etika bisnis

Mengingat hukum diturunkan dari etika, maka dapat dipastikan bahwa semua pelanggaran hukum adalah pelanggaran etika. Sebaliknya, karena tidak semua kategori perilaku yang benar dapat diformulasikan dalam unsur perilaku yang objektif, tidak semua pelanggaran etika adalah pelanggaran hukum. Etika lebih melihat pada motif, kehati-hatian, dan kepatutan yang sudah seharusnya menjadi pertimbangan pilihan tindakan, apalagi bagi pejabat publik. Keberadaan hukum tidak menghilangkan fungsi etika sebagai pedoman perilaku dan instrumen kontrol sosial. Bahkan dalam perkembangannya etika semakin dibutuhkan untuk meringankan kerja hukum, yaitu untuk mencegah dan sebagai deteksi dini adanya potensi pelanggaran hukum.

Dari perspektif ini, penegakan etika, khususnya untuk kegiatan usaha perlu ada kejelasan. Karena tanpa adanya pelembagaan penegakan etika bisnis, hubungan dan tindakan perusahaan akan semakin kompleks tidak mungkin dapat dikontrol dari sisi etika.

Keberadaan lembaga penegak etika hanya akan efektif apabila putusannya dipatuhi. Karena itu, putusan lembaga penegak etika harus bersifat final dan mengikat. Putusan lembaga penegak etika bukan merupakan putusan tata usaha negara yang dapat diajukan upaya hukum. Putusan lembaga penegak etika juga berbeda dengan putusan pengadilan karena hanya dapat menjatuhkan sanksi maksimal pencabutan izin usaha.

Dari sisi hukum dalam menjalankan kegiatan bisnis, seringkali orang melupakan betapa pentingnya kontrak yang harus dibuat sebelum bisnis itu sendiri berjalan di kemudian hari. Kita ketahui bahwa budaya tiap bangsa dalam menjalankan bisnis memang diakui berbeda-beda. Ada bangsa yang senang berbisnis dengan mempercayai bahasa secara lisan, namun ada pula bangsa yang senang dengan cara tertulis.

Suatu kontrak pada dasarnya adalah suatu dokumen tertulis yang memuat keinginan-keinginan para pihak untuk mencapai tujuan komersialnya, dan bagaimana pihaknya diuntungkan, dilindungi atau

dibatasi tanggung jawabnya dalam mencapai tujuan-tujuan tersebut. Oleh karena itu pelaku bisnis harus memahami syarat-syarat sahnya suatu kontrak yang termuat dalam pasal 1320 KUHPerdara yaitu adanya kata sepakat di antara para pihak; kecakapan tertentu; suatu hal tertentu; dan suatu sebab yang halal.

Salah satu kegiatan penting yang senantiasa dilakukan dalam dunia bisnis adalah membuat beraneka ragam perjanjian (kontrak). Wahana yang lazim dipakai untuk berusaha adalah Firma, CV, maupun PT, pada dasarnya merupakan hasil dari adanya perjanjian antara dua orang atau lebih. Para pihak yang akan melakukan perjanjian juga harus memahami bahwa ada 3 asas perjanjian yaitu: asas kebebasan berkontrak, asas kekuatan mengikat, dan “asas bahwa perjanjian hanya melahirkan ikatan antara para pihak yang membuatnya”. Didalam melaksanakan kegiatan bisnis sehari-hari, ternyata dapat dilakukan dengan berbagai macam cara baik bekerjasama dengan pihak lokal atau melakukannya dengan pihak asing. Ada pula yang melakukan untuk pribadi, dan ada pula yang melakukannya untuk kepentingan perusahaan.

Bisnis menurut Abdurrachman sebagaimana yang dikutip oleh Fuady (2002: 2) adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa. Orientasi atau motif dari suatu kegiatan bisnis ini menurut Friedman (Fuady, 2002 :2) adalah untuk mendapatkan keuntungan dengan menempatkan uang dari para *entrepreneur* dalam risiko tertentu dengan usaha tertentu. Pengertian ini dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan dalam bidang ekonomi dalam rangka peningkatan taraf hidup melalui pendapatan keuntungan dari kegiatan ekonomi itu.

Di Indonesia, istilah “Hukum Bisnis” sejatinya tidak memiliki definisi yang lengkap. Namun apabila dilihat dengan istilah lain yakni “Hukum Dagang”, maka H. M. N. Purwosucipto memberikan definisi yakni hukum perikatan yang timbul khusus dari lapangan perusahaan. Secara lebih komprehensif, Hukum Dagang dapat dimaknai sebagai seperangkat aturan hukum, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, yang mengatur semua kegiatan di bidang perdagangan.

Aktivitas bisnis berada dalam wilayah hukum, dan sebagian orang berasumsi bahwa hukum hanya merupakan seperangkat aturan yang diterapkan dalam aktivitas bisnis. Mereka berasumsi, hanyalah hukum yang merupakan pedoman yang relevan bukan etika. Beberapa pandangan para

ahli tentang hubungan etika dan hukum. Ada yang berpendapat bahwa hukum dan etika merupakan dua wilayah yang berbeda. Hukum berlaku dalam kehidupan masyarakat, dimana etika merupakan sesuatu yang bersifat pribadi. Hukum secara jelas didefinisikan seperangkat aturan yang mengikat yang diterapkan kepada setiap orang, sedangkan etika merupakan opini yang bersifat pribadi yang mengarahkan kehidupan kita sendiri. Sebagai bentuk dari kontrol sosial, hukum memiliki berbagai keunggulan jika dibandingkan dengan etika. Hukum menyediakan aturan yang tepat dan terinci dibandingkan etika dan aparat penegak hukum tidak hanya melaksanakan aturan-aturan tersebut dengan kekuasaan dari pemerintah tetapi juga menginterpretasikan ketika kalimatnya tidak jelas.

Di negara dimana sistem hukumnya telah sangat maju, hukum merupakan aturan yang relatif lengkap untuk kegiatan bisnis. Segala sesuatu yang tidak sesuai dengan etika (*unethical*) adalah tidak sah (*illegal*). Sebaliknya di negara dimana sistem hukumnya belum begitu maju, etika merupakan sumber utama sebagai pedoman, bukan hukum. Etika diperlukan tidak hanya karena berbagai situasi yang tidak dicakup oleh hukum tetapi juga sebagai pedoman untuk menciptakan hukum yang baru. Dengan demikian hubungan antara etika dan hukum sesuai dengan motto sebagai berikut : “Jika sesuatu adalah legal, maka secara moral adalah legal” (*If it's legal, then it's morally okay*).

Penerapan dari etika bisnis pada transportasi *online* dapat memberikan sudut pandang baru bagi seluruh pihak yang terlibat. Sudut pandang tersebut adalah menilai sebuah etika, moral, bahkan hukum bukan sebagai sebuah batasan, melainkan sebagai aturan yang berusaha memberikan pengaturan akan ketertiban dalam penyelenggaraan bisnis transportasi *online*. Orientasi yang seharusnya ditanamkan adalah menjadikan norma etika dalam bisnis transportasi sebagai jembatan bagi para pihak agar tidak ada yang merasa dirugikan. Dengan ditanamkannya etika bisnis, maka kasus-kasus penipuan pesanan transportasi *online*, pesan-pesan tidak patut yang dikirimkan dari *driver*/pengendara kepada *client*/pengguna aplikasi, atau bahkan bentrok antar penyedia aplikasi akan dengan konkret teratasi. Tinggal perlu ditinjau kembali bagianmana dari sektor ini yang seharusnya diatur dengan etika bisnis. Penulis berpendapat bahwa yang seharusnya dibenahi adalah 1.) Hubungan antara transportasi *online* dan transportasi *non-online*, 2.) Hubungan antar sesama transportasi *online*, dan 3.) Hubungan antara penyedia jasa transportasi *online* dengan pengguna jasa.

Pertama, hubungan antara transportasi *online* dengan transportasi *non-online* dapat dibina dengan keberadaan etika bisnis. Bahwa salah satu prinsip yang harus dijaga pelaku bisnis adalah prinsip saling menguntungkan. Jelas bahwa kehadiran transportasi *online* menjadikan persaingan semakin ketat di bidang transportasi. Namun tidak serta-merta hal ini hanya dapat dibiarkan, namun etika bisnis dapat memberikan koridor yang jelas. Dengan prinsip saling menguntungkan, transportasi *online* tidak perlu merebut pasar atau kawasan yang memang sejak dahulu menjadi pusat keramaian dan tempat transportasi *non-online* mencari penumpang. Di area-area tersebut secara ketat harus diperuntukkan hanya bagi para transportasi *non-online*. Di satu sisi, transportasi *non-online* wajib menyisihkan beberapa pusat keramaian bagi transportasi *online* untuk mencari penumpang. Dengan adanya solusi ini, maka kedua belah pihak diuntungkan secara finansial, maupun moral.

Kedua, hubungan antar sesama transportasi *online* dapat terjalin berdasarkan pada etika bisnis. Persaingan usaha yang ketat sejatinya tetap dapat menguntungkan semua pihak apabila masing-masing pihak mematuhi “etika bisnis”. Adapun yang cocok untuk digunakan sebagai etika bisnis tersebut adalah tidak menjadikan persaingan tarif yang tidak sehat dan menjadi *predator* bagi sesama transportasi *online*.

Ketiga, hubungan antara transportasi *online* dengan pengguna transportasi *online* dapat diatur dengan etika bisnis. Apabila etika bisnis benar-benar diterapkan, maka tidak ditemukan lagi adanya penipuan-penipuan berbasis bisnis transportasi *online*. Contoh konkretnya adalah pesanan-pesanan transportasi *online* palsu yang dilakukan oleh pengguna dan merugikan *driver* dari transportasi *online* tersebut. Etika bisnis dapat mencegah terjadinya praktik-praktik ini dan menjaga kepentingan bagi masing-masing pihak.

Oleh karena itu, pengaturan dan keberadaan etika bisnis dapat menjadi jalan keluar bagi permasalahan seputar bisnis transportasi *online* yang masih sulit untuk diatur saat ini. Etika bisnis dapat dimanfaatkan sebagai perlindungan yang meliputi banyak aspek hubungan.

Kesimpulan dan Saran

Etika bisnis yang diterapkan sebagai bagian dari hukum bisnis di bidang pengaturan penyedia jasa transportasi *online* dapat menjadi jalan keluar permasalahan yang timbul saat ini. Konkretisasi dari aturan tersebut di satu

sisi tetap menjadi prioritas bagi Pemerintah, namun tidak semata-mata mengesampingkan pentingnya etika bisnis sebagai sarana pengaturan yang lengkap. Kelemahan dari etika bisnis adalah tidak mampunya etika bisnis untuk menjadi dasar untuk menghukum secara pidana atau perdata seorang pelanggar etika. Faktor tersebut tidak kemudian menyurutkan dampak pengaturannya yang berpotensi untuk menjadi efektif.

Saran dari penulis adalah dilakukannya penerapan etika bisnis sebagai aturan yang efektif berlaku bagi penyedia jasa transportasi *online*. Dengan penjabaran yang telah dilakukan di atas, maka dampaknya berpotensi besar untuk terwujud dengan nyata dan dengan efektif mampu menjaga kualitas dari penyedia jasa transportasi *online*. Yang paling penting adalah menjaga agar kepentingan ekonomis semua pihak dapat terjaga dan transportasi *online* menjadi jalan keluar dari buruknya sistem transportasi saat ini.

Referensi

- Agoes, Cenik & Ardana. (2009). *Etika Bisnis dan Profesi*. Jakarta: Salemba Empat
- Baderi, Firdaus. (22/01/2016). Dimuat dalam *Harian Ekonomi Neraca*.
- Bertens, K. (2000). *Pengantar Etika Bisnis, Edisi Keenam*. Yogyakarta: Kanisius.
- Fuady, Munir. (2002). *Pengantar Hukum Bisnis*. cet. 1, PT. Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Purwosucipto, H. M. N. (2000). *Pengertian Pokok Hukum Dagang*. Djambatan: Jakarta
- Sardjono, Agus., et al. *Pengantar Hukum Dagang*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Suseno, Frans Magnis. (1987). *Etika Dasar, Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Kanisius: Yogyakarta.
- Sardi, M. (2004). *Hukum, Keadilan, dan Hak Azasi Manusia*. Makalah bahan kuliah yang disampaikan pada kuliah Program Magister Ilmu Hukum Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta, tanggal 12 Juli 2004.