

Webinar PkM: Penyuluhan dan Edukasi dari Kasus Skandal Etika dalam Dunia Bisnis

Eko Sudarmanto*¹, Indah Permata Dewi², Fitria Madaniah Prasetyo³, Irwan Irawadi Barus⁴,
Muhammad Abdul Rosid⁵, Reni Anggraeni⁶, Sri Juminawati⁷

^{1,3,5,6}Universitas Muhammadiyah Tangerang

²Universitas Muhammadiyah Surakarta

⁴Universitas Dian Nusantara

⁷Politeknik Digital Boash Indonesia

*e-mail: ekosudarmanto.umt@gmail.com¹, ipd661@ums.ac.id², fitriamadaniah23@gmail.com³,
irwan.irawadi.barus@dosen.undira.ac.id⁴, rosidfebumt@gmail.com⁵,
reni.angraeni@gmail.com⁶, srijuminawati6@gmail.com⁷

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran etika dalam dunia bisnis melalui pembahasan kasus nyata skandal perusahaan ternama. Fokus kegiatan diarahkan pada pemahaman tentang penyebab, dampak, serta strategi pencegahan skandal etika yang relevan dan aplikatif bagi pelaku usaha dan masyarakat umum. Kegiatan diselenggarakan secara daring bekerja sama dengan Lembaga Pelatihan dan Sertifikasi SSQ Holistik Internasional – Malang, khususnya melibatkan alumni program CBsQ dan CMtQ yang tergabung dalam SSQ Community. Metode pelaksanaan berupa seminar interaktif dan pemaparan materi oleh para akademisi dari perguruan tinggi, serta diskusi terbuka bersama peserta yang berjumlah sekitar 90 orang. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa skandal etika berdampak serius terhadap reputasi, kepercayaan publik, stabilitas organisasi, dan keberlanjutan bisnis. Peserta juga memperoleh pemahaman mendalam tentang pentingnya tata kelola etis, sistem pelaporan pelanggaran, dan budaya organisasi yang berbasis nilai. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan edukatif kolaboratif dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat integritas bisnis secara berkelanjutan.

Kata kunci: etika bisnis, integritas, pengabdian masyarakat, reputasi, skandal perusahaan.

Abstract

This Community Service (PkM) activity aims to raise awareness of business ethics through the discussion of real-world corporate scandal cases. The focus is directed at understanding the causes, impacts, and preventive strategies related to ethical scandals, which are crucial and applicable for business practitioners and the general public. The event was held virtually in collaboration with SSQ Holistic International Training and Certification Institute – Malang, involving alumni from the CBsQ and CMtQ programs who are members of the SSQ Community. The implementation method included an interactive seminar, presentations by university academics, and an open discussion with approximately 90 participants. The results indicate that ethical scandals have serious consequences on reputation, public trust, organizational stability, and business sustainability. Participants gained a deeper understanding of the importance of ethical governance, whistleblowing systems, and value-based organizational culture. This activity demonstrates that a collaborative educational approach can be an effective strategy in strengthening long-term business integrity.

Keywords: business ethics, community service, corporate scandal, integrity, reputation.

1. PENDAHULUAN

Etika dalam dunia bisnis merupakan fondasi penting yang menopang integritas, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan jangka panjang suatu organisasi. Meskipun berbagai perusahaan dan institusi telah mengadopsi kode etik serta standar tata kelola yang baik (*good corporate governance*), realitas di lapangan menunjukkan bahwa pelanggaran etika masih terjadi secara masif di berbagai sektor, baik di tingkat nasional maupun internasional. Fenomena skandal bisnis seperti rekayasa laporan keuangan, manipulasi harga saham, penyuapan, hingga penghindaran pajak mencerminkan adanya jurang antara idealisme etika dan praktik aktual di lapangan [1], [2].

Banyak perusahaan gagal dalam membangun sistem etika organisasi yang efektif, yang pada akhirnya mengakibatkan kerugian besar, baik dari sisi finansial, reputasi, maupun hukum. Menurut *Transparency International* [3], indeks persepsi korupsi global menunjukkan bahwa sektor swasta masih menjadi tempat subur bagi praktik-praktik tidak etis yang menggerogoti kepercayaan masyarakat terhadap institusi ekonomi. Di Indonesia, kasus korupsi yang melibatkan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) seperti Jiwasraya dan Asabri merupakan contoh nyata lemahnya pengawasan internal dan pengabaian prinsip-prinsip etika bisnis [4]. Skandal-skandal ini menunjukkan bahwa penguatan pemahaman etika tidak cukup hanya dilakukan melalui peraturan tertulis, melainkan juga melalui internalisasi nilai dan praktik nyata yang berkelanjutan.

Skandal etika dalam dunia bisnis bukan hanya berdampak pada kelangsungan operasional perusahaan, tetapi juga pada ekosistem ekonomi yang lebih luas. Contohnya adalah skandal akuntansi Enron di Amerika Serikat, di mana manipulasi laporan keuangan menyebabkan kerugian miliaran dolar dan memicu runtuhnya salah satu perusahaan audit terbesar, Arthur Andersen. Kasus ini mendorong lahirnya regulasi baru seperti Sarbanes-Oxley Act tahun 2002, yang menekankan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan keuangan [5][6].

Di tingkat nasional, kasus Jiwasraya yang menyeret sejumlah petinggi ke ranah hukum menunjukkan bahwa praktik bisnis yang tidak beretika tidak hanya merugikan keuangan negara, tetapi juga menghancurkan kepercayaan nasabah dan investor terhadap sektor keuangan nasional [7]. Demikian pula, manipulasi laporan keuangan oleh manajemen PT Garuda Indonesia pada tahun 2018 menunjukkan bagaimana tekanan untuk menunjukkan kinerja positif kepada pemegang saham dapat mendorong perilaku menyimpang yang bertentangan dengan prinsip transparansi dan integritas [8].

Fenomena lain yang tak kalah penting adalah kasus korporasi global seperti Volkswagen, yang tertangkap memanipulasi data emisi kendaraan diesel mereka agar memenuhi standar regulasi lingkungan. Skandal ini tidak hanya menyebabkan kerugian finansial besar, tetapi juga mengguncang kepercayaan konsumen terhadap industri otomotif Jerman yang selama ini dianggap sebagai simbol kualitas dan etika produksi [9]. Kasus-kasus tersebut menunjukkan bahwa skandal etika dalam bisnis adalah fenomena global yang memerlukan perhatian lintas sektoral.

Tidak hanya terbatas pada korporasi besar, pelanggaran etika juga umum terjadi di sektor UMKM dan koperasi, di mana praktik seperti penggelapan dana, ketidaktransparanan dalam pembukuan, serta eksploitasi tenaga kerja masih sering ditemukan [10]. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan dan penyuluhan mengenai etika bisnis harus menjangkau semua lapisan pelaku ekonomi, bukan hanya korporasi besar.

Berbagai studi sebelumnya telah membahas etika bisnis dari perspektif teoritis dan regulatif, termasuk pengembangan kode etik, prinsip moral dalam pengambilan keputusan, serta dampak etika terhadap reputasi dan keberlanjutan perusahaan [11]. Lebih jauh, pelatihan dan pendidikan etika sering kali disampaikan secara normatif, tidak disertai studi kasus nyata yang relevan dan kontekstual. Padahal, pembelajaran berbasis studi kasus (*case-based learning*) memiliki potensi besar untuk membangun kesadaran kritis dan kemampuan berpikir etis dalam menghadapi dilema yang kompleks [12]. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan mendesak untuk merancang kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya menyampaikan teori etika bisnis, tetapi juga mengajak peserta untuk memahami dan menganalisis kasus-kasus nyata pelanggaran etika, baik di dalam maupun luar negeri.

Selain itu, kajian literatur menunjukkan minimnya integrasi antara institusi pendidikan tinggi dengan lembaga pelatihan profesional dalam menyelenggarakan pelatihan etika bisnis secara kolaboratif dan lintas sektor. Sebagian besar kegiatan PkM masih bersifat insidental dan belum memiliki pendekatan sistematis dalam merancang program yang dapat memberikan dampak nyata terhadap perilaku etis pelaku usaha [13]. Dalam konteks inilah, kegiatan kolaboratif antara akademisi perguruan tinggi dengan Lembaga Pelatihan dan Sertifikasi SSQ Holistik Internasional – Malang menjadi model yang strategis dan inovatif dalam mengatasi kesenjangan ini. Dengan memahami skandal-skandal bisnis nyata, peserta diharapkan dapat

mengambil pelajaran penting dan menginternalisasi nilai-nilai etika ke dalam praktik profesional mereka [14].

Kegiatan PkM ini dirancang sebagai respons terhadap fenomena tersebut dengan pendekatan edukatif yang interaktif, berbasis pada analisis kasus nyata. Pemilihan metode daring memungkinkan perluasan jangkauan peserta secara nasional dan meningkatkan aksesibilitas pembelajaran etika bisnis bagi masyarakat umum [15]. Hasil kegiatan diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam menciptakan budaya bisnis yang etis dan bertanggung jawab, serta mendukung upaya pencegahan korupsi dan penyimpangan dalam jangka panjang.

Meskipun banyak perusahaan dan individu, termasuk alumni pelatihan dan sertifikasi SSQ Holistik Internasional program *Certified Management in Quran (CMtQ)* dan *Certified Business in Quran (CBsQ)*, telah memiliki standar tata kelola dan kode etik yang jelas, skandal etika dalam praktik bisnis masih sering terjadi. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengapa pelanggaran etika tetap muncul meskipun standar telah ditetapkan, bagaimana dampaknya terhadap reputasi dan kinerja, serta strategi apa yang efektif untuk mencegahnya. Selain itu, penting pula untuk dikaji bagaimana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dapat memperkuat kesadaran etis dan membantu alumni dalam mengimplementasikan nilai-nilai etika berbasis Al-Qur'an secara konsisten dalam dunia bisnis.

Urgensi dan tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk memahami akar penyebab terjadinya skandal etika dalam dunia bisnis, menganalisis dampaknya terhadap keberlangsungan usaha, serta merumuskan strategi pencegahan yang relevan dan aplikatif. Kegiatan ini juga bertujuan memperkuat literasi etika bisnis bagi masyarakat dan alumni SSQ Holistik Internasional khususnya program CMtQ dan CBsQ, guna membangun budaya bisnis yang bertanggung jawab, berintegritas, dan berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 10 Mei 2025, jam 09.00 – 11.30 Wib dengan pendekatan edukatif dan partisipatif melalui seminar daring (webinar) berbasis aplikasi Zoom meeting. PkM ini merupakan hasil kolaborasi antara para akademisi dari berbagai perguruan tinggi dengan Lembaga Pelatihan dan Sertifikasi SSQ Holistik Internasional – Malang, khususnya melibatkan alumni program *Certified Business in Quran (CBsQ)* dan *Certified Management in Quran (CMtQ)* yang tergabung dalam komunitas SSQ Community, serta masyarakat umum.

Kegiatan ini dirancang dalam format seminar daring interaktif, dengan alur kegiatan sebagai berikut:

- a. Pembukaan. Kegiatan diawali dengan sambutan resmi dari Direktur SSQ Holistik Internasional, yaitu Dr. Cand. Sitti R. Yusuf, M.Pd., MM., CHMQ, yang sekaligus membuka secara resmi kegiatan webinar PkM.
- b. Pemaparan Materi. Sesi pemaparan materi utama oleh Narasumber yang menitikberatkan pada analisis kasus nyata skandal etika, seperti kasus Enron, Volkswagen, dan Wells Fargo.
- c. Diskusi Interaktif. Sesi tanya jawab dan diskusi terbuka disediakan sebagai forum interaktif antara peserta dan narasumber.
- d. Evaluasi dan Dokumentasi. Di akhir kegiatan, peserta diminta untuk mengisi form evaluasi guna memberikan umpan balik terhadap materi, penyampaian, dan pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan. Seluruh kegiatan terdokumentasi melalui rekaman video, tangkapan layar, dan laporan partisipasi.

Jumlah peserta yang berpartisipasi dalam kegiatan ini mencapai 90 orang, yang terdiri atas:

- Alumni CBsQ dan CMtQ dari berbagai daerah yang tergabung dalam SSQ Community.
- Praktisi bisnis dan manajer dari berbagai sektor industri yang tertarik pada penguatan etika dalam bisnis.
- Mahasiswa dan dosen dari perguruan tinggi mitra.

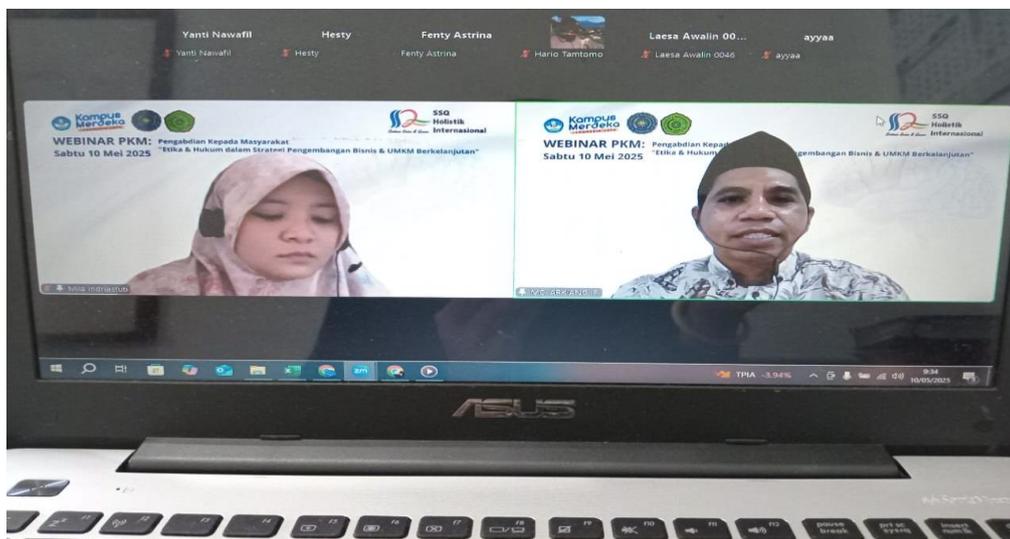
- Masyarakat umum yang memiliki minat pada bidang etika bisnis dan tata kelola perusahaan. Pelaksanaan kegiatan ini mengacu pada prinsip participatory learning, yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan pembelajaran yang terbuka, reflektif, dan aplikatif. Adapun metode pelaksanaan mencakup:
 - Ceramah Interaktif (*Interactive Lecture*). Narasumber menyampaikan materi dengan pendekatan naratif dan analitis, serta membuka ruang dialog selama penyampaian berlangsung.
 - Studi Kasus (*Case Study*). Analisis mendalam terhadap skandal-skandal etika bisnis yang pernah terjadi.
 - Diskusi Terbuka (*Open Forum*). Memfasilitasi peserta untuk menyampaikan refleksi pribadi dan tanggapan terhadap materi yang disampaikan.
 - Dokumentasi Digital. Seluruh kegiatan didokumentasikan dalam bentuk rekaman video, sertifikat digital, dan laporan partisipasi yang akan digunakan sebagai bahan evaluasi dan tindak lanjut kegiatan.

Media dan teknologi yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi:

- a) Platform Zoom Meeting. Sebagai ruang utama pelaksanaan kegiatan daring.
- b) Google Form. Untuk keperluan pendaftaran, daftar hadir, dan evaluasi pasca kegiatan.
- c) WhatsApp Group dan Email. Sebagai media komunikasi antara panitia, peserta, dan narasumber.
- d) PowerPoint dan Visual Aid. Digunakan untuk mempermudah pemahaman materi oleh peserta.

Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan melalui:

- Kuesioner Evaluasi. Yang mengukur persepsi peserta terhadap manfaat, kualitas materi, dan kompetensi narasumber.
- Kehadiran dan Partisipasi Aktif. Diukur dari tingkat kehadiran (jumlah peserta yang hadir penuh hingga akhir) dan partisipasi dalam sesi diskusi.
- Refleksi dan Testimoni. Disampaikan secara langsung oleh beberapa peserta mengenai kebermanfaatannya materi bagi kehidupan profesional mereka.



Gambar 1. Tangkapan Layar Moderator dan MC Webinar

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai bentuk konkret dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah diselenggarakan secara daring, sesi pemaparan materi dalam seminar ini mengangkat tiga studi kasus skandal etika bisnis besar yang pernah mengguncang dunia korporasi internasional. Kasus-kasus berikut dipilih karena memiliki relevansi tinggi terhadap tema etika dan integritas, serta

mencerminkan kegagalan tata kelola perusahaan yang berdampak sistemik. Modul kegiatan PkM disiapkan dan disusun secara kolaboratif oleh para akademisi dari beberapa perguruan tinggi yang terlibat dalam program ini, guna memastikan kedalaman materi serta keberagaman perspektif yang mendukung tujuan kegiatan PkM ini.

1. Studi Kasus dan Pelajaran

Berikut pembahasan dan pelajaran penting dari masing-masing kasus skandal etika yang pernah terjadi dalam dunia bisnis:

1) Kasus Enron Corporation (Amerika Serikat, 2001)

Enron, sebuah perusahaan energi asal Houston, Texas, pernah menjadi simbol kesuksesan korporasi Amerika sebelum terungkap melakukan manipulasi akuntansi besar-besaran melalui skema *special purpose entities* (SPE). Perusahaan dengan sengaja menyembunyikan utang dan memperbesar keuntungan secara fiktif guna menarik minat investor dan meningkatkan harga saham [5].

Aspek Etika yang Dilanggar: (a) Pelanggaran terhadap prinsip kejujuran dan transparansi. (b) Kegagalan fungsi auditor independen (Arthur Andersen) dalam menjalankan tugas etisnya. (c) Penyalahgunaan kewenangan manajerial untuk memanipulasi informasi keuangan.

Pembelajaran: Kasus Enron menekankan pentingnya etika akuntansi, akuntabilitas, serta pengawasan eksternal yang independen dan berintegritas. Skandal ini juga menjadi titik balik dalam reformasi tata kelola perusahaan melalui lahirnya regulasi Sarbanes-Oxley Act (SOX) 2002, yang memperketat pengawasan terhadap laporan keuangan di AS.

2) Kasus Volkswagen Emissions Scandal (Jerman, 2015)

Volkswagen (VW), salah satu produsen mobil terbesar dunia, tertangkap memasang "defeat devices" dalam perangkat lunak kendaraan diesel untuk menipu pengujian emisi gas buang. Mobil-mobil tersebut sebenarnya menghasilkan emisi nitrogen oksida jauh di atas batas legal, namun mampu lolos uji lingkungan berkat perangkat lunak yang dimodifikasi [16][17].

Aspek Etika yang Dilanggar: (a) Pemalsuan data dan pelanggaran terhadap hukum lingkungan. (b) Menyesatkan konsumen dan publik secara sistematis. (c) Kegagalan dalam membangun budaya organisasi yang mengutamakan kepatuhan dan keberlanjutan.

Pembelajaran: Kasus ini menyoroti pentingnya etika dalam inovasi teknologi, serta tanggung jawab korporasi terhadap dampak sosial dan lingkungan. Tindakan VW merusak kepercayaan konsumen global terhadap brand mereka dan menyebabkan kerugian reputasi dan finansial yang besar, termasuk denda hingga miliaran dolar.

3) Kasus Wells Fargo Fake Accounts (Amerika Serikat, 2016)

Wells Fargo, salah satu bank terbesar di Amerika Serikat, menghadapi skandal besar ketika terungkap bahwa ribuan pegawainya secara sistematis membuka jutaan akun palsu atas nama nasabah tanpa persetujuan. Hal ini dilakukan untuk memenuhi target penjualan internal dan insentif kinerja yang berbasis kuantitas, bukan kualitas [18][19].

Aspek Etika yang Dilanggar: (a) Praktik eksploitasi internal melalui tekanan kerja yang tidak manusiawi. (b) Pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dan prinsip kerahasiaan data. (c) Kegagalan dalam etika kepemimpinan dan budaya perusahaan yang sehat.

Pembelajaran: Kasus ini menggambarkan bagaimana budaya organisasi yang toksik dan orientasi berlebihan pada hasil dapat melahirkan pelanggaran etika sistemik. Diperlukan pendekatan etika yang lebih humanistik dalam sistem insentif dan kepemimpinan korporasi.

2. Dampak Skandal Etika dalam Dunia Bisnis

Skandal etika dalam dunia bisnis merupakan fenomena yang memiliki dampak luas dan berjangka panjang terhadap berbagai aspek korporasi, masyarakat, dan ekonomi secara keseluruhan.

a) Menurunnya Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik adalah aset tidak berwujud yang sangat penting bagi kelangsungan dan keberlanjutan sebuah perusahaan. Skandal etika, seperti manipulasi laporan keuangan, penipuan produk, atau pelanggaran terhadap hak konsumen, akan secara langsung menghancurkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Penelitian oleh Rawal

dan Zhou [20] menunjukkan bahwa hilangnya kepercayaan konsumen akibat skandal etika menyebabkan penurunan drastis dalam nilai pasar dan pemutusan hubungan pelanggan secara signifikan dalam kurun waktu 12 bulan pasca-skandal. Skandal etika menandakan adanya disonansi antara nilai yang dikomunikasikan perusahaan dengan realitas operasionalnya. Dalam konteks komunikasi korporat, hal ini disebut sebagai *corporate hypocrisy* yang secara sistematis mengikis kredibilitas merek dan integritas institusional [21].

b) Kerusakan Reputasi Jangka Panjang

Reputasi merupakan hasil akumulasi persepsi publik terhadap kredibilitas, kualitas, dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam jangka panjang. Sekali reputasi tercemar akibat skandal etika, maka proses pemulihannya memerlukan waktu lama dan upaya luar biasa. Studi oleh Helm et al. [22] menekankan bahwa kerusakan reputasi akibat pelanggaran etika berdampak lebih parah dibandingkan kesalahan operasional biasa karena menyentuh aspek kepercayaan moral dan nilai inti perusahaan. Dampak reputasional ini bukan hanya merugikan dalam bentuk kehilangan pelanggan, tetapi juga menyulitkan perusahaan dalam menjalin kemitraan bisnis, menarik investor, dan mempertahankan tenaga kerja berkualitas.

c) Sanksi Hukum dan Kerugian Ekonomi

Skandal etika dalam korporasi umumnya disertai dengan pelanggaran hukum yang mengakibatkan sanksi administratif, denda, hingga proses litigasi pidana bagi manajemen puncak. Denda dan litigasi dapat mencapai angka miliaran dolar, seperti yang dialami oleh perusahaan seperti Volkswagen atau Wells Fargo. Studi oleh Hasan et al. [23] menunjukkan bahwa skandal yang berujung litigasi menyebabkan kerugian saham rata-rata sebesar 15–20% dalam hitungan minggu, serta kerugian jangka panjang akibat penurunan laba bersih dan biaya hukum. Hal ini dapat mengganggu arus kas perusahaan dan dapat mengancam keberlanjutan operasionalnya, khususnya bagi perusahaan yang bergantung pada citra publik dan kepercayaan pasar modal.

d) Instabilitas Organisasi dan Ketegangan Sosial

Ketika skandal etika terungkap, dampaknya tidak hanya dirasakan di luar, tetapi juga secara internal dalam organisasi. Dalam beberapa kasus, seperti pada skandal Wells Fargo, ribuan pegawai menjadi korban dari sistem insentif yang tidak sehat, dan hal ini memunculkan rasa frustrasi dan trauma psikologis di internal organisasi [19]. Dari perspektif sosial, skandal bisnis juga berdampak pada ketegangan di masyarakat. Konsumen yang merasa dirugikan akan melakukan gugatan massal atau kampanye boikot terhadap produk perusahaan. Hal ini menciptakan ketegangan antara dunia usaha dan masyarakat yang dapat memperlambat pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan polarisasi sosial [24].



Gambar 2. Tangkapan Layar Materi Webinar

3. Cara Mencegah Skandal Etika dalam Bisnis

Langkah-langkah pencegahan skandal etika harus dilakukan secara sistemik, komprehensif, dan berkelanjutan dengan melibatkan seluruh elemen organisasi. Beberapa

pendekatan strategis berikut ini merupakan cara efektif mencegah terjadinya skandal etika dalam dunia bisnis.

1) Membangun Budaya Etika yang Kuat di Tempat Kerja

Budaya organisasi yang sehat dan berorientasi etika merupakan benteng pertama dalam mencegah skandal. Budaya ini harus ditanamkan melalui nilai-nilai organisasi, kebijakan, serta teladan dari pimpinan. Menurut Treviño et al. [25], organisasi yang memiliki budaya etika yang kuat secara signifikan lebih mampu mengidentifikasi dan mengatasi potensi pelanggaran sebelum berkembang menjadi skandal besar. Selain itu, pemimpin harus menjadi panutan dalam menjalankan nilai-nilai etika. Konsep *ethical leadership* menunjukkan bahwa kepemimpinan yang transparan, adil, dan konsisten terhadap prinsip moral mampu menurunkan tingkat pelanggaran etika dalam organisasi [26].

2) Menerapkan Kode Etik dan Pedoman Perilaku

Kode etik yang jelas dan dijadikan pedoman perilaku bagi seluruh anggota organisasi sangat penting dalam mengarahkan tindakan serta pengambilan keputusan. Kode etik harus mencakup prinsip-prinsip integritas, kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab sosial. Menurut Schwartz [27], organisasi yang mengkomunikasikan kode etik secara aktif dan menyediakan pelatihan berkala tentang nilai-nilai tersebut mampu mengurangi risiko terjadinya tindakan tidak etis. Kode etik juga perlu dibumikan melalui pelatihan, dialog etis, serta evaluasi berkala.

3) Membangun Sistem Pelaporan dan Perlindungan Pelapor (*Whistleblowing System*)

Salah satu indikator kelemahan etika dalam organisasi adalah ketakutan karyawan untuk melaporkan tindakan tidak etis. Sistem whistleblowing yang efektif memungkinkan organisasi mendeteksi pelanggaran sejak dini sebelum membesar menjadi skandal. Penelitian oleh Near dan Miceli [28] menyatakan bahwa perusahaan yang menyediakan saluran pelaporan yang efektif mengalami pengurangan signifikan dalam insiden pelanggaran hukum dan etika. Sistem pelaporan ini harus dilengkapi dengan perlindungan hukum dan dukungan psikologis bagi pelapor agar mereka merasa aman dalam melaporkan temuan mereka.

4) Pendidikan dan Pelatihan Etika secara Berkelanjutan

Kesadaran etika harus dibentuk dan dikembangkan melalui pendidikan dan pelatihan. Perusahaan perlu menyelenggarakan pelatihan etika yang menyentuh aspek nilai moral, regulasi industri, serta studi kasus nyata yang relevan. Pelatihan ini juga harus kontekstual sesuai dengan bidang industri perusahaan. Studi oleh Valentine et al. [29] mengonfirmasi bahwa pelatihan etika yang dirancang dengan baik mampu meningkatkan sensitivitas etika karyawan dan menurunkan tingkat toleransi terhadap pelanggaran.

5) Penguatan Tata Kelola dan Audit Internal

Sistem tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) adalah kunci dalam mencegah penyalahgunaan kekuasaan, manipulasi informasi, dan keputusan yang merugikan kepentingan stakeholder. Menurut penelitian oleh García-Sánchez et al. [30], perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip tata kelola yang kuat memiliki resiko lebih rendah terhadap terjadinya skandal etika. Audit internal yang dilakukan secara berkala juga penting untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan etika dan mendeteksi potensi konflik kepentingan atau penyimpangan.

6) Keterlibatan Stakeholder dan Transparansi Informasi

Pencegahan skandal etika juga harus dilakukan dengan memperkuat keterlibatan pemangku kepentingan (*stakeholder engagement*) dan mendorong transparansi informasi. Ketika organisasi terbuka terhadap umpan balik eksternal dan bersedia melakukan dialog etis dengan komunitas, media, regulator, dan konsumen, maka akan tercipta mekanisme kontrol sosial yang memperkuat integritas organisasi. Menurut Maignan dan Ferrell [31], transparansi dan akuntabilitas publik terhadap pengambilan keputusan manajerial dapat meningkatkan kepercayaan dan mengurangi kemungkinan terjadinya pelanggaran.

4. Tanya Jawab dan Diskusi

Seusai narasumber menyampaikan materinya, dalam sesi tanya jawab terdapat 3 (tiga) pertanyaan dari peserta kegiatan dan dijawab oleh narasumber:

- a) Peserta 1: "Mengapa masih banyak perusahaan besar yang terjerat skandal etika, padahal mereka sudah punya kode etik resmi?"
Narasumber: Kode etik yang tertulis memang penting, namun tidak cukup jika tidak diiringi dengan budaya organisasi yang mendukung nilai-nilai etis secara nyata. Banyak kasus menunjukkan bahwa tekanan pencapaian target, kepemimpinan yang permisif, dan lemahnya pengawasan internal menjadi faktor utama mengapa pelanggaran etika tetap terjadi.
- b) Peserta 2: "Bagaimana cara sederhana menerapkan prinsip etika dalam bisnis kecil yang sedang kami jalankan?"
Narasumber: Mulailah dari hal-hal dasar seperti kejujuran dalam transaksi, transparansi keuangan, dan perlakuan adil terhadap pelanggan maupun mitra kerja. Membangun kepercayaan sejak awal akan menjadi fondasi jangka panjang bagi pertumbuhan usaha, bahkan dalam skala mikro sekalipun.
- c) Peserta 3: "Apa peran kegiatan edukatif seperti webinar ini dalam mencegah skandal etika di masa depan?"
Narasumber: Webinar ini berperan penting dalam membangun kesadaran dan memberikan pemahaman praktis kepada pelaku usaha, profesional, dan mahasiswa. Melalui studi kasus nyata, peserta bisa belajar dari kegagalan orang lain dan mengadopsi strategi pencegahan secara lebih proaktif di lingkungan kerja mereka masing-masing.

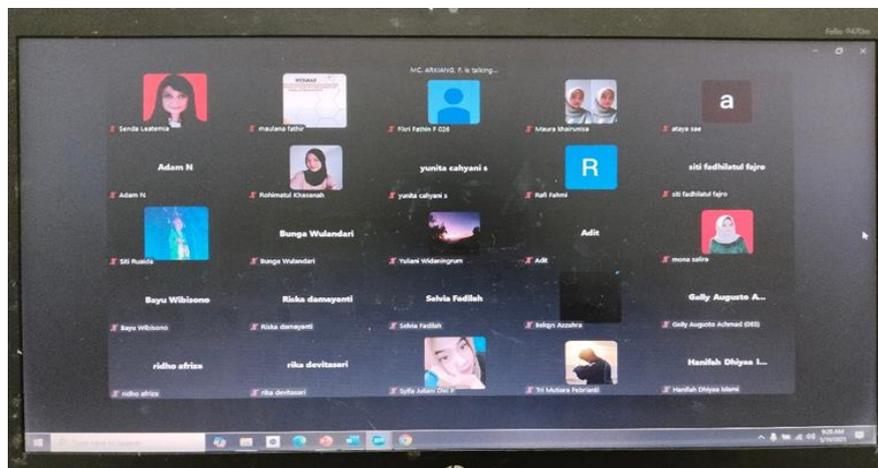
5. Evaluasi Peserta

Hasil kuesioner post-test yang dilakukan di akhir kegiatan webinar, menunjukkan:

- 97% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang pentingnya etika bisnis.
- 93% menyatakan akan menerapkan prinsip etika dalam aktivitas bisnis atau organisasi mereka.
- 96% mendukung kegiatan serupa secara berkala dan berkelanjutan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan pengabdian kepada masyarakat yang mengangkat isu skandal etika bisnis memiliki dampak edukatif yang kuat, dengan 97% peserta mengalami peningkatan pemahaman dan 93% menyatakan komitmen untuk menerapkan prinsip etika dalam aktivitas bisnis atau organisasi mereka. Pendekatan partisipatif dan penggunaan studi kasus nyata terbukti efektif dalam membangun kesadaran serta mendorong perubahan sikap peserta. Selain itu, dukungan 96% peserta terhadap pelaksanaan kegiatan serupa secara berkelanjutan menegaskan bahwa topik etika bisnis masih sangat relevan dan dibutuhkan, serta mendorong tim pengabdian untuk terus mengembangkan modul pelatihan yang lebih sistematis dan terintegrasi dalam program kewirausahaan atau pengembangan organisasi.

Evaluasi ini juga menjadi dasar untuk merancang program tindak lanjut yang lebih berdampak, seperti pembentukan forum diskusi etika, pendampingan usaha berbasis nilai-nilai moral, serta kolaborasi lintas sektor dalam penguatan budaya bisnis yang beretika.



Gambar 3. Tangkapan Layar Peserta Webinar

4. KESIMPULAN

Skandal etika dalam bisnis bukan sekadar masalah sesaat, melainkan cerminan dari lemahnya sistem tata kelola dan budaya organisasi. Kasus-kasus besar seperti Enron, Volkswagen, dan Wells Fargo membuktikan bahwa pelanggaran etika bisa menghancurkan reputasi perusahaan dan menimbulkan dampak jangka panjang. Ketika nilai integritas diabaikan, risiko hukum, kerugian keuangan, hingga kebangkrutan menjadi konsekuensi nyata yang sulit dihindari.

Melalui kegiatan PkM bersama mitra SSQ Holistik Internasional, peserta khususnya alumni CMtQ dan CBsQ mendapatkan wawasan baru tentang pentingnya pencegahan skandal etika melalui pendidikan nilai dan penguatan budaya kerja. Studi kasus yang dikaji memperlihatkan bahwa pelanggaran seperti pemalsuan data dan manipulasi sering terjadi karena lemahnya kontrol internal dan kurangnya kepemimpinan etis. Edukasi partisipatif seperti ini mampu menumbuhkan kesadaran kolektif bahwa etika bukan hanya idealisme, tetapi kebutuhan dalam menjaga keberlanjutan bisnis.

Sebanyak 96% peserta menyatakan mendukung penyelenggaraan kegiatan serupa secara berkala dan berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa isu etika bisnis masih sangat relevan dan mendesak untuk terus disuarakan. Kegiatan PkM ini tidak hanya memberikan pemahaman teoretis, tetapi juga menjadi jembatan antara dunia akademik dan praktik bisnis, dengan harapan dapat menginspirasi komunitas alumni dan pelaku usaha untuk membangun bisnis yang lebih bertanggung jawab, transparan, dan berintegritas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada SSQ Holistik Internasional – Malang selaku mitra kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat atas dukungan dan kerja sama yang luar biasa dalam pelaksanaan program ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada institusi akademik dan para akademisi yang telah berkolaborasi dan berkontribusi aktif dalam menyukseskan kegiatan ini, yaitu:

- Dr. Eko Sudarmanto, SE, MM, CHMQ (Universitas Muhammadiyah Tangerang)
- Indah Permata Dewi, SE, M.Ak (Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Fitria Madaniah Prasetyo, ST, MM. (Universitas Muhammadiyah Tangerang)
- Irwan Irawadi Barus, SE, MSi, CA, Asean CPA, BKP, AWP, CFT. (Universitas Dian Nusantara)
- Dr. Muhammad Abdul Rosid, SE, MM. (Universitas Muhammadiyah Tangerang)
- Reni Anggraeni, SE, M.Ak ((Universitas Muhammadiyah Tangerang)
- Dr. (C) Sri Juminawati, SE, MM, CLA, CME, CEXT, CIJ, CPW. (Politeknik Digital Boash Indonesia)

Kontribusi pemikiran, partisipasi aktif, dan dedikasi dari para mitra dan akademisi tersebut telah memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kualitas serta kebermanfaatan program bagi masyarakat. Semoga kolaborasi ini menjadi fondasi yang kuat bagi kegiatan-kegiatan pengabdian berkelanjutan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Crane, A., & Matten, D. *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*, 5th ed. Oxford: Oxford University Press, 2019.
- [2] Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. *Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases*, 13th ed. Boston: Cengage Learning, 2021. [Online]. <https://www.cengage.com/c/business-ethics-13e-ferrell/fraedrich/ferrell/9780357513361> diunduh 18 Mei 2025.
- [3] Transparency International. "Corruption Perception Index Report 2023," Berlin, 2023.
- [4] KPK, "Laporan Tahunan Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia," Jakarta, 2023.
- [5] Healy, P. M., & Palepu, K. G. "The fall of Enron," *J. Econ. Perspect.*, vol. 17, no. 2, pp. 3–26,

- 2003, doi: <https://doi.org/10.1257/089533003765888403>.
- [6] Sikka, P., & Lehman, G. "Accounting for Anticorruption: Where Are the Social and Environmental Accounting Scholars?," *Crit. Perspect. Account.*, vol. 42, no. 3, pp. 223–234, 2022, doi: <https://doi.org/10.1080/0969160X.2022.2146151>.
- [7] OJK, "Komitmen OJK Selesaikan Permasalahan di Industri Asuransi dan Peningkatan Perlindungan Konsumen." Otoritas Jasa Keuangan, Jakarta, 2022. [Online]. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Komitmen-OJK-Selesaikan-Permasalahan-di-Industri-Asuransi-Peningkatan-Perlindungan-Konsumen.aspx> diunduh 18 Mei 2025.
- [8] Antara, "OJK Beri Sanksi terhadap Garuda Indonesia." Antara, Jakarta, 2022. [Online]. <https://www.antaranews.com> diunduh 18 Mei 2025.
- [9] Fey, L. and Amis, J. "Organizational Wrongdoing, Boundary Work, and Systems of Exclusion: The Case of the Volkswagen Emissions Scandal", Gabbioneta, C., Clemente, M. and Greenwood, R. (Ed.) *Organizational Wrongdoing as the 'Foundational' Grand Challenge: Definitions and Antece*," *Res. Sociol. Organ.*, vol. 84, pp. 171–192, 2023, doi: <https://doi.org/10.1108/S0733-558X20230000084009>.
- [10] Raharjo, D. "Etika Bisnis dalam Praktik UMKM: Studi Empiris di Yogyakarta," *J. Ilmu Sos. dan Hum.*, vol. 11, no. 1, pp. 55–66, 2022.
- [11] Velasquez, M. G. *Business Ethics: Concepts and Cases*, 8th ed. London: Pearson Education, Inc., 2018.
- [12] Rest, J. R., Narvaez, D., Bebeau, M. J., & Thoma, S. J. *Postconventional Moral Thinking: A Neo-Kohlbergian Approach*. Psychology Press, 2020.
- [13] Setiawan, H. "Analisis Kesenjangan Implementasi Pendidikan Etika Bisnis dalam PkM," *J. Pengabd. Multidisiplin*, vol. 3, no. 2, pp. 89–104, 2021.
- [14] Sims, R. R. *Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants Fall*. Westport: Praeger, 2022. [Online]. <https://archive.org/details/ethicscorporates00sims> diunduh 18 Mei 2025.
- [15] Sudarmanto, E., Erdawati, L., Rosid, M. A., Purwanti, I., Humairoh, H., Umara, A. F., Rahandri, D., Sunaryo, D., Rahmawati, T., Gunawan, Y. M., Wahidin, W., Sadi, S., Hendera, H., Yahawi, S. H. *Konsep Pengabdian Kepada Masyarakat di Era Digital*. Tangerang: Minhaj Pustaka, 2024.
- [16] Ewing, J. "Volkswagen says 11 million cars worldwide are affected in diesel deception." *New York Time*, New York, 2015. [Online]. <https://www.nytimes.com> diunduh 18 Mei 2025.
- [17] Rhodes, C. "Democratic business ethics: Volkswagen's emissions scandal and the disruption of corporate sovereignty," *Organ. Stud.*, vol. 37, no. 10, pp. 1501–1518, 2016, doi: <https://doi.org/10.1177/0170840616655490>.
- [18] Corkery, M., & Cowley, S. "Wells Fargo fined \$185 million for fraudulently opening accounts," *The New York Times*. New York, 2016. [Online]. <https://www.nytimes.com> diunduh 18 Mei 2025.
- [19] Simpson, A. V., & Cheney, G. "Cultural control, organizational change, and post-crisis learning: The Wells Fargo scandal," *J. Bus. Ethics*, vol. 160, no. 1, pp. 31–49, 2019, doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3867-2>.
- [20] Rawal, A., & Zhou, Y. "Consumer trust and corporate scandal: An empirical analysis," *J. Bus. Res.*, vol. 147, pp. 76–88, 2022, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.015>.
- [21] Park, J., Kim, J., & Kwon, Y. "Corporate hypocrisy and consumer responses: The mediating role of moral emotions," *J. Bus. Ethics*, vol. 172, no. 2, pp. 289–308, 2021, doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04494-7>.
- [22] Helm, S., Renk, U., & Mishra, A. "A dynamic model of reputation damage and repair," *J. Bus. Res.*, vol. 116, pp. 263–273, 2020, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.027>.

- [23] Hasan, I., Kobeissi, N., & Liu, L. "Corporate misconduct and legal penalties: Evidence from international data," *J. Financ. Crime*, vol. 28, no. 3, pp. 851–866, 2021, doi: <https://doi.org/10.1108/JFC-09-2020-0180>.
- [24] Cho, S. Y., Kang, M., & Moon, J. "Public outrage and political response to business scandals: Evidence from stakeholder activism," *Bus. Soc.*, vol. 62, no. 1, pp. 135–162, 2023, doi: <https://doi.org/10.1177/00076503211070858>.
- [25] Trevino, L. K., & Nelson, K. A. *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*, 8th ed. New Jersey: Wiley Publishing Inc, 2021. doi: <https://doi.org/10.1002/9781119730412>
- [26] Bedi, A., Alpaslan, C. M., & Green, S. "A meta-analytic review of ethical leadership outcomes and moderators," *J. Bus. Ethics*, vol. 154, no. 1, pp. 117–134, 2020, doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3316-5>.
- [27] Schwartz, M. S. "Ethics training in business: The importance of setting the tone," *Bus. Ethics A Eur. Rev.*, vol. 31, no. 2, pp. 204–217, 2022, doi: <https://doi.org/10.1111/beer.12392>.
- [28] Near, J. P., & Miceli, M. P. "Organizational dissidence: The case of whistle-blowing," *J. Bus. Ethics*, vol. 165, no. 3, pp. 561–577, 2020, doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4027-4>.
- [29] Valentine, S., Fleischman, G. M., & Godkin, L. "Ethics programs, perceived corporate social responsibility, and ethical decision-making," *J. Bus. Res.*, vol. 134, pp. 399–409, 2021, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.055>.
- [30] García-Sánchez, I. M., Hussain, N., & Martínez-Ferrero, J. "Corporate governance and ethics disclosure: Evidence from sustainability reports," *Bus. Ethics A Eur. Rev.*, vol. 30, no. 1, pp. 44–59, 2021, doi: <https://doi.org/10.1111/beer.12302>.
- [31] Maignan, I., & Ferrell, O. C. "Stakeholder orientation and corporate social responsibility in the digital age," *Bus. Horiz.*, vol. 65, no. 2, pp. 165–176, 2022, doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.09.005>.