

KONSEP ETIKA BAGI PERNIAGAAN DIGITAL KEPADA USAHAWAN MIKRO, KECIL DAN SEDERHANA (PMKS)

ETHICAL DIGITAL BUSINESS CONCEPTS FOR MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURS (SMMEs)

Ahmad Zamil Abd Khalid¹
Syahrina Abdullah²
Mohamad Khadafi Hj. Rofie³

¹Pusat Pengajian Bahasa Tamadun dan Falsafah, Univerisiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia
(Emel: zamil@uum.edu.my)

²Pusat Pengajian Bahasa Tamadun dan Falsafah, Univerisiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia
(Emel: syahrina@uum.edu.my)

³Pusat Pengajian Bahasa Tamadun dan Falsafah, Univerisiti Utara Malaysia (UUM), Malaysia
(Emel: khadafi@uum.edu.my)

Article history

Received date : 19-9-2023

Revised date : 25-9-2023

Accepted date : 29-10-2023

Published date : 14-11-2023

To cite this document:

Abd Khalid, A. Z., Abdullah, S., & Rofie, M. K. (2023). Konsep Etika Bagi Perniagaan Digital Kepada Usahawan Mikro, Kecil Dan Sederhana (PMKS). *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 8(51), 10 - 16.

Abstrak: Bidang keusahawanan kini telah berubah dan berkembang pesat sejajar dengan perkembangan teknologi digital. Oleh itu, setiap usahawan perlu mengadaptasi teknologi digital dalam perniagaan mereka. Perniagaan digital di Malaysia mula mendapat perhatian sekitar awal tahun 2000. Namun kini, majoriti usahawan di Malaysia telah mengaplikasikan konsep perniagaan digital dalam organisasi termasuk usahawan kecil dan sederhana (PKS). Kertas kerja ini akan membincangkan konsep etika perniagaan digital yang perlu dipatuhi serta menerangkan kepentingan perniagaan digital kepada usahawan. Metod bagi kajian ini merupakan kajian kualitatif yang menggunakan kaedah penelitian dokumentasi (content analysis) dalam menganalisis konsep etika serta kepentingan perniagaan digital kepada usahawan dan masyarakat. Kini, konsep etika dalam perniagaan digital memainkan peranan besar dalam memberi impak positif kepada sesebuah perniagaan. Justeru, usahawan harus meningkatkan keupayaan perniagaan digital demi 'survival' dan 'sustainability' perniagaan pada masa depan selaras dengan konsep etika untuk kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: Konsep etika, perniagaan digital, perusahaan kecil dan sederhana (PKS)

Abstract: The field of entrepreneurship has now changed and rapidly developed in line with the development of digital technology. Therefore, every entrepreneur needs to adapt digital technology into their business. Digital business in Malaysia began to gain attention early of 2000. However, recently majority of entrepreneurs in Malaysia have applied the concept of digital business in their organizations including small and medium entrepreneurs (SMEs). This paper will discuss the concept of digital business ethics that need to be followed as well as to explain the importance of digital business to entrepreneurs. The ethical guidelines for conducting digital business will be covered in this article, along with the significance of doing

so for entrepreneurs. The method for this study is a qualitative study that uses documentation analysis (content analysis) to analyze ethical concepts and the importance of digital business to entrepreneurs and society. Today, ethical standards in digital business play an important part in having a beneficial impact on a business. Therefore, entrepreneurs should improve digital business capabilities for the sake of 'survival' and 'sustainability' of business in the future in line with ethical principles for the well-being of society.

Keywords: *Ethical concept, digital business, small and medium enterprises (SMEs)*

Pengenalan

Perniagaan digital hari ini telah mendapat perhatian yang lebih besar kerana impaknya kepada sektor ekonomi dan perniagaan sangat besar. Perniagaan berasaskan digital menjadi penting apabila tercetusnya pandemik Covid-19 yang melanda dunia awal tahun 2020. Hakikatnya, dunia perniagaan digital telah membantu para usahawan memasarkan produk mereka dengan lebih mudah, pantas dan efektif. Justeru, perniagaan digital menjadi semakin mendapat perhatian kerana kebanyakan pengguna terpaksa menjalani tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang agak panjang dan tidak dibenarkan keluar dari tempat kediaman. Usahawan yang bijak seharusnya tidak melepaskan peluang untuk menjalankan perniagaan *online* dengan hanya menggunakan aplikasi internet.

Persekitaran sosio-ekonomi global masa kini yang semakin mencabar dengan peningkatan kos, persaingan yang begitu kompetitif, pertambahan penduduk dengan sumber yang terhad memerlukan usahawan bertindak proaktif, progresif, kreatif dan inovatif. Sejajar dengan perkembangan teknologi dunia digital di Malaysia yang dikenali sebagai 'Digital Malaysia' adalah satu agenda strategik negara untuk tujuan ekonomi dan sosial penduduk. Malah, dunia digital hari ini membawa masyarakat menjalani transaksi perniagaan melalui komunikasi dua-hala secara maya. Kewujudan media sosial dan aplikasi e-dagang seperti Facebook (FB), Instagram, Shopee dan Lazada telah merubah corak pembelian pengguna ketika ini. Statistik terkini menunjukkan 29.8 juta populasi penduduk, 60% pembeli atas talian dan 15.2 juta pengguna telefon pintar di Malaysia (Wan Nong, 2017). Justeru, perniagaan digital menjadi penting kepada setiap usahawan pada masa kini.

Kertas kerja ini akan membincangkan konsep etika bagi perniagaan digital yang boleh digunakan oleh usahawan serta membincangkan kepentingan perniagaan digital kepada usahawan kecil. Kajian dan penelitian kepustakaan digunakan dalam menganalisis teknik dan kaedah serta kepentingan perniagaan digital kepada usahawan dan masyarakat. Satu huraian yang memberikan gambaran tentang teknik dan kaedah perniagaan digital yang boleh diaplikasikan oleh usahawan dan masyarakat. Pastinya, kesemua pihak mendapat manfaat dari penggunaan aplikasi teknologi digital dalam perniagaan masa kini.

Perniagaan Digital

Perniagaan digital boleh didefinisikan sebagai satu transaksi pembelian dan penjualan barang atau servis melalui aplikasi internet (Frederick, O'Connor & Kuratko, 2018). Menurut Wan Nong (2017), perniagaan digital boleh dilakukan melalui beberapa kaedah seperti laman web, e-dagang, media sosial dan *market place*. Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC, 2020), mendefinisikan keusahawanan digital sebagai satu usaha memanfaatkan dan menembusi masyarakat celik digital serta menyokong dan memacu ekonomi digital Malaysia. Maka perniagaan digital merupakan satu kaedah pemasaran yang menggunakan teknologi terkini

untuk memasarkan produk oleh usahawan. Justeru, perniagaan digital juga dianggap sebagai satu konsep perniagaan yang menggunakan aplikasi internet yang menggunakan teknologi maklumat (IT) sebagai jentera yang memudahkan urusan niaga komersial.

Dunia perniagaan telah berubah iaitu melibatkan transaksi digital atau *online* terutama setelah wabak pandemik Covid 19 melanda negara pada awal tahun 2020. Hal ini menjadikan transaksi jual beli secara digital menjadi semakin mendapat perhatian masyarakat dan usahawan. Perniagaan yang menggunakan platform digital semasa pandemik Covid-19 mula semakin mendapat perhatian masyarakat kerana dianggap selesa, mudah, menjimatkan masa dan ini merupakan kaedah yang paling efektif semasa pandemik Covid-19 melanda (Mohamad Khadafi, Norazita Marina & Syahrina, 2022). Selain itu juga, perniagaan digital menjadikan potensi pelanggan semakin luas dari aspek geografi dengan jumlah komuniti yang besar jika dibandingkan dengan perniagaan konvensional.

Menurut Kraus, Palmer, Kailer, Kallinger dan Spitzer (2019), definisi perniagaan digital sebagai cara atau kaedah baharu dalam mengurus dan melaksanakan strategi-strategi perniagaan dengan memanfaatkan peluang-peluang pasaran sedia ada terutamanya daripada segi teknologi maklumat. Sebagai tambahan, Antonizzi and Smuts (2020), setiap usahawan perlu memanfaatkan teknologi media dan teknologi maklumat terkini bagi mengembang perniagaan terutamanya untuk berkomunikasi secara lebih berkesan dengan prospek dan pelanggan.

Teknologi digital memberikan sumbangan besar dalam pelbagai aspek pengurusan perniagaan, sumbangan ICT dalam memantapkan dan meningkatkan daya saing strategi perniagaan usahawan lebih signifikan dan penting. Bersesuaian dengan namanya, maka ICT lebih dimanfaatkan oleh usahawan dalam strategi komunikasi perniagaan atau lebih dikenali sebagai strategi promosi. Perbincangan berikutnya diharapkan akan dapat membentuk persepsi yang jelas berkenaan hubungkait keusahawanan digital dengan strategi promosi korporat usahawan.

Konsep Etika Perniagaan Digital

Perniagaan digital turut mempunyai risiko yang terdedah dengan aktiviti penipuan, penyalahgunaan platform digital, scam dan sebagainya. Maka, satu prinsip etika wajar dibangunkan MyDIGITAL akan membina persekitaran digital yang dipercayai, selamat dan beretika membabitkan bukan sahaja perkakasan tetapi juga rakyat dan institusi. Menerusi Rangka Tindakan Ekonomi Digital Malaysia yang dilancarkan kerajaan, ia membolehkan perniagaan dan masyarakat memanfaatkan sepenuhnya perkhidmatan digital tanpa mengabaikan aspek keselamatan, perlindungan data, kerahsiaan, daya harap dan standard etika. Persekitaran digital memerlukan pembangunan ekosistem yang menyeluruh seperti rangka kerja kawal selia dan keupayaan keselamatan siber untuk menangani ancaman atau ketidakpatuhan yang boleh menjejaskan ekonomi digital daripada berfungsi sepenuhnya. Selaras dengan perkembangan penguasaan ekonomi digital di Malaysia, ancaman keselamatan siber semakin meningkat dengan bertambahnya penajaan, pertukaran dan penggunaan data oleh pengguna.

Dengan kelebihan dalam rangka kerja institusi yang dimiliki, Malaysia sudah mengambil langkah proaktif untuk memperkukuh ekosistem keselamatan siber. Kejayaan langkah ini dibuktikan dalam pencapaian ITU Global Cybersecurity Index, iaitu Malaysia secara konsisten berada dalam kalangan 10 negara teratas di dunia bagi komitmen keselamatan siber sejak tahun 2014. Usahawan dan masyarakat juga harus sentiasa memastikan amalan etika yang tinggi

dalam memastikan teknologi moden benar-benar membantu manusia ke arah mencapai satu tingkat kejayaan yang membawa diri ke arah yang lebih baik.

Etika melibatkan kepercayaan, nilai dan amalan baik yang menjadi norma disiplin dalam kehidupan individu dan masyarakat. Etika merupakan amalan yang perlu dititikberatkan oleh individu dan masyarakat di dalam setiap profesion yang dijalankan. Bagi sesebuah perniagaan, usahawan perlu menjalankan perniagaan dengan penuh etika dan tanggungjawab terhadap masyarakat dan pihak yang berkepentingan.

Dalam konteks perniagaan digital, amalan etika kini menjadi isu dan topik utama dalam setiap tindakan dan proses membuat keputusan oleh usahawan. Justeru, sebarang tindakan dan keputusan yang diambil haruslah mengambil kira aspek etika dalam perniagaan demi kelestarian hidup masyarakat. Bagi memperkasakan etika dalam kalangan usahawan, pihak bertanggungjawab telah membangunkan pelbagai bentuk peraturan dan perundangan agar setiap tindakan selari dengan keperluan etika. Ini adalah penting dalam memastikan persekitaran perniagaan digital di negara ini dapat dilaksanakan dengan harmoni dan seimbang. Namun begitu, peraturan dan sistem perundangan yang dilaksanakan kadang kala tidak dapat membendung aktiviti tidak bermoral yang boleh menjejaskan kehidupan sama ada manusia, haiwan dan alam sekitar secara keseluruhan. Hakikatnya pengguna sentiasa didedahkan dengan perlakuan tidak beretika usahawan yang terlibat dengan salah laku rasuah, penipuan, penindasan, ketidakadilan, ketidakjujuran dan pecah amanah serta pelbagai lagi aktiviti yang bertentangan dengan nilai norma masyarakat. Sehingga kini kita turut didedahkan dengan kes-kes perlakuan tidak beretika oleh usahawan dan peniaga yang tidak bertanggungjawab.

Hakikatnya, usahawan kini lebih terdedah dengan amalan-amalan tidak beretika sekiranya mereka tidak mempunyai prinsip etika yang kuat. Kawalan diri terhadap perlakuan tidak beretika perlu dijauhkan serta menanamkan nilai-nilai etika dalam diri usahawan amatlah perlu. Semua aktiviti perniagaan sering kali memerlukan usahawan untuk berfikir, bertindak dan membuat keputusan yang beretika dan sah di sisi undang-undang serta dapat memartabatkan perniagaan usahawan setanding dengan usahawan yang telah lama mengamalkan etika yang benar.

Garis Panduan Dan Kod Etika

Garis panduan beretika perlu dibangunkan dalam setiap organisasi agar menjadi garis panduan kepada setiap individu dalam organisasi untuk berkelakuan beretika. Menurut Kuratko (2017), kod etika bagi sesebuah organisasi adalah kenyataan amalan etika atau garis panduan yang dipegang oleh sesebuah perniagaan. Etika juga merupakan peraturan asas atau had perlakuan untuk menjalankan sebarang aktiviti dalam bentuk yang boleh diterima (Kuratko & Hodgetts, 2006). Kod etika penting kepada organisasi kerana kod etika dapat membawa setiap unit dalam organisasi mencapai matlamat perniagaan dengan cara yang betul dan berintegriti. Selain itu juga, menurut Kuratko (2017) kod etika wajar dibangunkan kerana:

- 1) Kod etika menterjemahkan perbuatan atau amalan yang diterima atau tidak diterima di dalam organisasi tersebut.
- 2) Kod etika dapat memotivasikan setiap unit di dalam organisasi bertingkah laku dengan standard piawaian moral yang tinggi.
- 3) Kod etika sebagai kayu ukur bagi penilaian diri setiap keahlian unit organisasi agar ahli sentiasa bertindak atas dasar prinsip etika yang jujur dan amanah terutama kepada pihak luar organisasi.

- 4) Kod etika juga dapat meningkatkan amalan profesional keusahawanan bagi semua keadaan perniagaan.

Sebagai satu usaha memartabatkan amalan beretika dalam kalangan usahawan di Malaysia, satu organisasi yang dikenali sebagai *Business Ethics Institute of Malaysia* (BEIM) telah ditubuhkan bagi membantu usahawan merealisasikan kod etika perniagaan. Namun begitu, bagi perniagaan atas talian atau online, usahawan wajar mematuhi kod etika seperti yang disarankan oleh BEIM. Penyelidik telah mengolah kod etika BEIM kepada kod etika yang wajar dipatuhi oleh usahawan atas talian. Penerangan tentang *ETHICS* bagi perniagaan atas talian dan takrifan dari aspek perniagaan digital boleh dirujuk melalui jadual 1 di bawah.

Jadual 1: Takrifan Etika dan Praktis dalam Perniagaan Digital

Abjad Ethics	ETIKA (ETHICS)	Pengertian	Penerangan dan praktis dalam perniagaan digital
<i>E</i>	<i>Equality</i>	Kesamaan	Mengiktiraf hak-hak semua ahli masyarakat dan memperlihatkan prinsip keadilan ketika perniagaan <i>online</i> berteraskan Perlembagaan Malaysia.
<i>T</i>	<i>Truth</i>	Kebenaran	Membuat dakwaan adil dan boleh dipertahankan, menggunakan perakuan yang bertauliah dan berusaha memberi khidmat kepada semua yang membeli produk secara <i>online</i> dan menggunakan produk tersebut.
<i>H</i>	<i>Honesty</i>	Kejujuran	Mendukung prinsip keadilan dan mengawasi tindakan yang berniat mengelirukan semua pelanggan ketika perniagaan <i>online</i> berlangsung.
<i>I</i>	<i>Integrity</i>	Integriti	Berusaha melayan pelanggan secara <i>online</i> secara jujur, menghindarkan dari tindakan mengambil kesempatan terhadap kelemahan masyarakat serta harus mematuhi undang-undang teknikal.
<i>C</i>	<i>Cooperation</i>	Kerjasama	Menyokong mewujudkan sistem pasaran sihat melalui kerjasama di antara pelanggan dan pengguna dalam semua bentuk perniagaan dan profesion secara <i>online</i> di mana semua orang akan menikmati faedah dari sistem pasaran beretika, terbuka dan bebas.
<i>S</i>	<i>Self regulation</i>	Kawalan organisasi	Menghormati semua komitmen termasuk semua jaminan, waranti yang ditawarkan serta memastikan semua produk dan perkhidmatan yang dijual secara <i>online</i> tidak berbahaya dari segi kesihatan atau keselamatan dengan memberi maklumat secukupnya serta mencari penyelesaian dengan adil dan cepat sekiranya berlaku pertikaian melalui pendekatan kawalan dalam organisasi.

Sumber: Adaptasi dari *ETHICS* BEIM (Sumber: Syahrina (2017) di dalam Mohd Syahrir et.al (2017).

Perniagaan digital banyak memberi manfaat kepada sama ada kepada individu, masyarakat dan negara. Banyak manfaat yang dapat diperolehi oleh individu dan masyarakat dalam sesebuah negara apabila dasar keusahawanan dilaksanakan. Berikut adalah kupasan manfaat perniagaan digital kepada beberapa pihak di atas:

1. Bidang keusahawanan dapat membantu meningkatkan potensi diri seseorang individu dalam melahirkan usahawan yang berjaya. Individu yang mempunyai ciri-ciri keusahawanan berupaya melahirkan idea yang kreatif dan inovatif sesuai dengan kehendak dan kemahuan pasaran. Sebagai tambahan, individu ini juga mempunyai daya saing serta daya tahan dalam pasaran yang semakin sengit ketika ini.
2. Bidang keusahawanan juga memberi manfaat kepada masyarakat. Masyarakat yang mempunyai budaya keusahawanan yang tinggi berupaya mewujudkan peluang pekerjaan dan menjalankan aktiviti keusahawanan dengan berjaya. Ini terbukti bahawa masyarakat yang berjaya ialah masyarakat yang dapat membina kerjaya sendiri dan menawarkan pekerjaan kepada orang lain.
3. Banyak manfaat bidang keusahawanan kepada negara. Masyarakat yang berbudaya keusahawanan yang tinggi dapat melahirkan negara yang maju dan berdaya saing serta dapat menembusi pasaran antarabangsa. Justeru, bidang keusahawanan memberi manfaat kepada negara dari aspek mengurangkan kadar pengangguran dan kemiskinan dalam kalangan masyarakat di dalam negara.

Kesimpulan

Perniagaan digital merupakan alternatif strategi perniagaan terkini dan berdaya maju kepada usahawan kecil, sederhana mahupun mikro. Teknologi digital bukan sahaja menyediakan banyak manfaat perniagaan kepada usahawan PKS, tetapi juga memberikan banyak kelebihan dan manfaat kepada masyarakat awam. Peningkatan pengetahuan dan kemahiran ICT dan teknologi digital oleh usahawan kecil, sederhana dan mikro dalam pasaran dapat memberi peluang perniagaan yang amat luas kepada usahawan tersebut. Teknologi digital dapat membantu usahawan ini menembusi pasaran tidak hanya pasaran tempatan, malahan pasaran luar negara tanpa prosedur yang ketat.

Secara kesimpulan perniagaan digital telah menjadi keutamaan dalam setiap sektor perniagaan masa kini. Perniagaan digital yang menjadi sebahagian amalan kepada usahawan harus menyokong pembangunan masyarakat yang lebih prihatin. Ia juga berperanan dalam menyuntik nilai-nilai positif kepada orang ramai dalam menambahbaik nilai etika dalam kehidupan sejagat. Peningkatan sektor perniagaan dan komersil melalui strategi perniagaan digital dalam memperkasa pembangunan masyarakat juga telah memberikan sumbangan yang berguna dari aspek ekonomi usahawan dan masyarakat. Aplikasi perniagaan digital wajar dikukuhkan dengan memantapkan prinsip etika perniagaan digital agar perniagaan digital kekal relevan dalam industri keusahawanan masa kini. Justeru itu, melalui perlaksanaan perniagaan digital yang terancang dan holistik secara beretika dapat mempertingkatkan lagi kredibiliti sesebuah perniagaan sebagai sebuah organisasi mahupun jenama yang dipercayai sepenuhnya di hati masyarakat.

Rujukan

- Amini Amir Abdullah (2012). Etika Digital dan Berinternet Menurut Perspektif Islam, *Jurnal Penyelidikan Islam*, Bil 25, ms 55-82.
- Antonizzi, J & Smuts, H. (2020). The characteristics of digital entrepreneurs. Responsible design, implementation and use of information and communication technology. Retrieved January, 20, 2022 from https://doi.org/10.1007-3-030-44999-5_20.
- Baskara, Isnain Putra & Guruh Taufan Hariyadi (2014). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanandan Persepsi akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.
- Frederick, H., O'Connor, A. & Kuratko, D.F. (2018). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practics Focus on Asia-Pacific*, Australia: Cengage Learning.
- Hamizan Abdul Karim (2014). *Transaksi Secara Online Dari Perspektif Syara'*, diakses di <https://akukau-dia.blogspot.com/2014/09/transaksi-secara-online-dari-perspektif-12.html?> =0, pada 15 September 2020.
- Juwairiah Mohamad (2015). *Pemasaran dan Etika Perniagaan Islam*, diakses di <https://www.slideshare.net/JuwairiahMohamad/7-pemasaran-dan-etika-perniagaan-islam>, pada 11 Ogos 2020.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, L.F & Spitzer, J. (2019). Digital Entrepreneurship: A Research Agenda on New Research Models for Twenty First Century, *International Jpurnal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 25(2), 353-375.
- Kuratko, D.F & Hodgetts, R.M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*, USA: Cengage Learning.
- Kuratko, D.F (2017). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*, 10th ed., USA: Cengage Learning.
- Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC, 2020), *Definition of Digital Business*, Retrieved at <https://mdec.my/> on 13 September 2022.
- Mohamad Khadafi Rofie, Norazita Marina Abd Aziz & Syahrina Abdullah (2022), *Aplikasi Penyelesaian Islam Isu Kontemporari Covid-19*, Sintok: UUMPress.
- Mohd Faisol Ibrahim, Suhaina Musani & Mohd Zulkifli Muhammad. (2008). Konsep Pemasaran Islam Dalam Perniagaan Berasaskan Ekonomi Islam Bagi Usahawan Muslim, *Working Paper in Islamic Economics and Finance*, No. 0809, ms 1-12, Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Mohd Syahrir et.al (2017). *Asas Keusahawanan: Ke Arah Pengukuhan Minda dan Kemahiran Keusahawanan*, UUM Press, Siktok, Kedah.
- Nik Rahim Nik Wajis (2003). E-dagang Menurut Perspektif Islam, Kertas Kerja Seminar Kebangsaan Fiqh Semasa, Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi.
- Syahrina Abdullah (2017). *Etika dan Keusahawanan Sosial*, UUM Press, Sintok, Kedah.
- Wan Nong Muzafar (2017). *Perniagaan Internet Siri 1*, Karang kraf Sdn. Bhd., Shah Alam.
- Wan Nong Muzafar (2017). *Perniagaan Internet Siri 2*, Karang kraf Sdn. Bhd., Shah Alam.