

Pancasila Sebagai Kerangka Etis Manajemen Bisnis

Iga Yashinta¹, Farel Khozy Azzuhri², Fajar Muharohmah³, Alief Bintang⁴, Cahya Herdjoena Kurniawan⁵

¹ Universitas Duta Bangsa Surakarta, igayashinta2301@gmail.com

² Universitas Duta Bangsa Surakarta, Farelazuhri1967@gmail.com

³ Universitas Duta Bangsa Surakarta, Fajarmuharohmah95@gmail.com

⁴ Universitas Duta Bangsa Surakarta, alifbtg01@gmail.com

⁵ Universitas Duta Bangsa Surakarta, cahyakurniawan91@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History</p> <p>Received: Revised: Published:</p> <p>Keywords Pancasila, business ethics, management, value internalization</p>	<p><i>This study aims to analyze the influence of internalizing Pancasila values on business management ethics in Indonesia. The research is grounded in the increasing ethical challenges faced by the business world due to rapid globalization and digitalization, where managerial practices often neglect moral values in pursuit of efficiency and profit. In this context, Pancasila, as the foundational ideology of the Indonesian state, is believed to provide a strong ethical framework for business practices. A quantitative approach using a survey method and Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) was applied. The sample consisted of 100 respondents working in private companies and engaged in managerial activities. The results indicate that the internalization of Pancasila values—such as justice, deliberation, tolerance, and mutual cooperation—has a significant influence on the implementation of ethical business management. A path coefficient of 0.876 and an R Square of 0.768 suggest that the internalization of these values explains 76.8% of the variation in ethical managerial behavior. These findings affirm that Pancasila is not only a national ideology but also a relevant moral guide for establishing integrity-based business governance in the modern era.</i></p>

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Riwayat Artikel</p> <p>Diterima: Direvisi: Dipublikasikan:</p> <p>Kata Kunci Pancasila, etika bisnis, manajemen, internalisasi nilai</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh internalisasi nilai-nilai Pancasila terhadap etika manajemen bisnis di Indonesia. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya tantangan etis dalam dunia bisnis akibat globalisasi dan digitalisasi yang pesat, di mana praktik manajerial seringkali mengabaikan nilai-nilai moral demi efisiensi dan keuntungan. Dalam konteks ini, Pancasila sebagai dasar negara Indonesia diyakini dapat memberikan kerangka etis yang kuat dalam praktik bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang bekerja di perusahaan swasta dan terlibat dalam aktivitas manajerial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai Pancasila, seperti keadilan, musyawarah, toleransi, dan gotong royong, berpengaruh signifikan terhadap penerapan etika dalam manajemen bisnis. Nilai koefisien jalur sebesar 0,876 dan R Square sebesar 0,768 menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai tersebut mampu menjelaskan 76,8% variasi dalam perilaku etis manajerial. Temuan ini menegaskan bahwa Pancasila tidak hanya berfungsi sebagai ideologi bangsa, tetapi juga relevan sebagai pedoman moral dalam tata kelola bisnis yang berintegritas di era modern.</p>

A. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang berkembang pesat, dunia bisnis menghadapi tantangan etika yang semakin kompleks. Rahardjo (2022) menyatakan bahwa perusahaan saat ini dihadapkan pada dilema moral yang serius dalam pengambilan keputusan bisnis. Santoso (2021) menambahkan bahwa organisasi tidak hanya dituntut untuk mencapai efisiensi dan profitabilitas, tetapi juga harus menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan tanggung jawab sosial. Di Indonesia, Pancasila sebagai dasar negara memiliki potensi besar untuk dijadikan kerangka etis dalam praktik manajemen bisnis (Hidayat, 2023). Namun, Surya (2021) mencatat bahwa orientasi berlebihan terhadap hasil dan efisiensi seringkali menjadi hambatan dalam implementasi nilai-nilai Pancasila di lingkungan kerja.

Irawan (2024) mengungkapkan bahwa meskipun Pancasila telah diakui sebagai landasan etika bangsa, penerapannya dalam manajemen sumber daya manusia masih terbatas. Yuliani (2020) menunjukkan bahwa

nilai-nilai seperti keadilan sosial, kemanusiaan, persatuan, dan demokrasi sering terabaikan karena fokus organisasi lebih diarahkan pada produktivitas dan pencapaian hasil. Sutrisno (2022) menambahkan bahwa perkembangan teknologi digital juga menimbulkan tantangan etika baru dalam manajemen SDM, seperti isu privasi data dan perlindungan hak karyawan.

Damanhuri et al. (2021) menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai Pancasila di lingkungan kerja mampu meningkatkan etos kerja dan loyalitas karyawan. Ramdani (2023) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa nilai-nilai seperti gotong royong dan keadilan sosial memperkuat budaya organisasi yang harmonis dan produktif, khususnya di sektor manufaktur.

Soesanto et al. (2022) menjelaskan bahwa integrasi nilai-nilai Pancasila dengan inovasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi dalam kegiatan pemasaran dan perdagangan. Fauzan (2021) menegaskan bahwa dengan mengedepankan prinsip keadilan sosial, perusahaan dapat memastikan distribusi manfaat yang lebih merata bagi semua pemangku kepentingan.

Oktariani et al. (2021) menekankan pentingnya penerapan nilai-nilai Pancasila dalam pengelolaan sumber daya manusia di era global. Handayani (2021) menambahkan bahwa nilai-nilai tersebut membentuk moral bangsa yang berkarakter kuat dan mendorong terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas dan masyarakat yang sejahtera.

Lestari (2022) menyatakan bahwa nilai-nilai kebangsaan seperti yang tercantum dalam Pancasila mampu membentuk budaya kerja yang lebih positif dan kolaboratif. Arifin (2020) menekankan bahwa tantangan etika dalam manajemen modern menuntut perusahaan untuk mengintegrasikan nilai-nilai lokal agar mampu beradaptasi dengan perubahan global.

Philipus (2021) berpendapat bahwa prinsip-prinsip Pancasila seperti keadilan, demokrasi, persatuan, kemanusiaan, dan ketuhanan perlu dijadikan dasar dalam struktur etika perusahaan. Nasution (2023) menyatakan bahwa pendekatan ini penting agar perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan karyawan dan masyarakat secara luas.

Nafi'a et al. (2021) mengingatkan bahwa di era Industri 4.0, perusahaan perlu memperhatikan aspek kemanusiaan, keadilan, dan pemerataan yang sejalan dengan nilai-nilai Pancasila. Saputra (2020) menambahkan bahwa nilai-nilai tersebut perlu menjadi acuan dalam penyusunan dan pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh internalisasi nilai-nilai Pancasila terhadap etika manajemen bisnis di Indonesia. Penelitian ini juga ingin mengetahui sejauh mana nilai-nilai Pancasila dapat dijadikan kerangka etis dalam manajemen, serta bagaimana nilai-nilai tersebut diaktualisasikan dalam praktik manajerial sehari-hari di dunia bisnis. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh internalisasi nilai-nilai Pancasila terhadap etika manajemen bisnis di Indonesia

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang bertujuan untuk menguji pengaruh internalisasi nilai-nilai Pancasila terhadap etika manajemen bisnis. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel-variabel secara objektif dan analisis hubungan antarvariabel melalui data statistik. Menurut Sugiyono (2021), pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengukur variabel-variabel yang telah ditentukan secara tepat dan menganalisis hubungan antar variabel melalui data yang dikumpulkan. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dari perusahaan swasta di Indonesia yang bekerja di bidang manajerial maupun non-manajerial. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria responden yang telah bekerja minimal satu tahun di organisasi, memiliki pemahaman dasar terhadap nilai-nilai Pancasila, dan terlibat dalam aktivitas manajerial atau pengambilan keputusan di tempat kerja. Jumlah sampel yang direncanakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu variabel independen (X) yang merupakan Internalisasi Nilai-Nilai Pancasila, dan variabel dependen (Y) yang merupakan Etika Manajemen Bisnis. Untuk mengukur kedua variabel tersebut, digunakan kuesioner dengan skala Likert 5 poin, yang terdiri dari pilihan jawaban: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS. SEM-PLS dipilih karena metode ini dapat menguji hubungan antarvariabel secara simultan, baik untuk model pengukuran maupun model struktural, dengan kemampuan untuk menangani data yang tidak normal dan ukuran sampel yang relatif kecil. Sugiyono (2021) menyatakan bahwa SEM-PLS merupakan salah satu metode yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang saling berinteraksi. Sebelum dilakukan analisis SEM-PLS, dilakukan terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian untuk memastikan kualitas data yang diperoleh. Selain itu, uji asumsi klasik seperti normalitas dan multikolinearitas juga akan diperiksa untuk memastikan kelayakan model.

C. Hasil dan Pembahasan

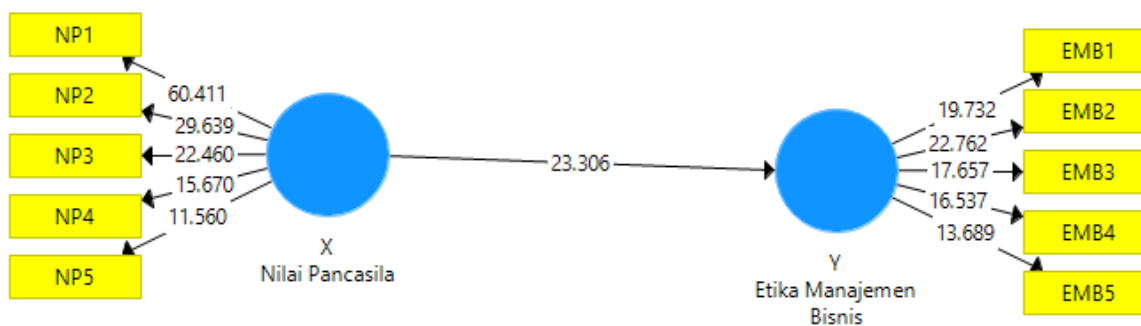
1. Hasil Penelitian

Path Coefficients

	Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Co...	Samples	Copy
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
X_Nilai Pancasila...	0.876	0.892	0.038	23.306	0.000

Gambar 1 Path Coefficients (Bootstrapping Output)

Gambar ini memperlihatkan nilai outer loading masing-masing indikator terhadap konstraknya. Indikator NP1 (60.411) dan NP2 (29.639) menunjukkan kontribusi tertinggi terhadap konstruk Nilai Pancasila, sedangkan indikator EMB2 (22.762) dan EMB1 (19.732) memberikan kontribusi paling besar terhadap konstruk Etika Manajemen Bisnis. Semua nilai outer loading berada jauh di atas ambang batas minimum (0.7), yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut valid dalam mengukur konstraknya. Ini berarti model memiliki validitas konvergen yang baik, sehingga dapat dikatakan bahwa indikator yang digunakan benar-benar mencerminkan konstruk yang dituju.



Gambar 2 Nilai T-Statistics Indikator

Gambar ini mendukung interpretasi validitas indikator melalui nilai T-statistik masing-masing. Setiap indikator pada konstruk Nilai Pancasila dan Etika Manajemen Bisnis memiliki nilai T-statistik yang signifikan. Ini menegaskan bahwa seluruh indikator memiliki kontribusi signifikan terhadap konstraknya masing-masing. Misalnya, NP1 dan EMB2 tidak hanya memiliki loading tinggi, tapi juga T-statistik tinggi, menandakan keduanya sangat penting dalam mengukur konstruk yang mereka wakili.

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
Y_Etika Manaje...	0.768	0.766

Gambar 3 Hasil R Square (R^2) Konstruk Etika Manajemen Bisnis

Gambar ini menunjukkan nilai R Square (R^2) dari konstruk Etika Manajemen Bisnis, yang sebesar 0.768. Ini berarti bahwa 76.8% variasi dalam Etika Manajemen Bisnis dapat dijelaskan oleh variabel Nilai Pancasila. Nilai ini termasuk dalam kategori kuat, berdasarkan pedoman umum dalam analisis PLS-SEM (di mana $R^2 \geq 0.75$ dianggap tinggi). Ini menunjukkan bahwa model memiliki daya prediksi yang sangat baik terhadap Etika Manajemen Bisnis berdasarkan internalisasi Nilai Pancasila. Dengan kata lain, sebagian besar perubahan dalam perilaku etis manajemen bisnis dapat dipengaruhi oleh seberapa tinggi nilai-nilai Pancasila yang dimiliki.

Path Coefficients

Matrix	Path Coefficients
	X_Nilai Pancasila Y_Etika Manaje...
X_Nilai Pancasila	0.876
Y_Etika Manaje...	

Gambar 4 Path Coefficients (Nilai Pancasila → Etika Manajemen Bisnis)

Hasil analisis pada gambar menunjukkan bahwa konstruk Nilai Pancasila berpengaruh signifikan terhadap Etika Manajemen Bisnis, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.876. Nilai ini mencerminkan hubungan positif yang sangat kuat antara kedua variabel tersebut. Selain itu, nilai T-statistik sebesar 23.306 dan p-value sebesar 0.000 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut sangat signifikan secara statistik ($p < 0.05$). Artinya, semakin tinggi nilai-nilai Pancasila yang dianut oleh individu atau organisasi, maka akan semakin tinggi pula penerapan etika dalam manajemen bisnis.

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Va
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
X_Nilai Pancasila	0.904	0.923	0.929	0.724
Y_Etika Manaje...	0.905	0.911	0.929	0.723

Gambar 5 Uji Reliabilitas dan Validitas

Gambar diatas menampilkan dua konstruk utama yaitu Nilai Pancasila sebagai variabel independen, dan Etika Manajemen Bisnis sebagai variabel dependen. Masing-masing konstruk diukur dengan lima indikator. Semua indikator memiliki nilai T-statistik yang tinggi, menunjukkan bahwa mereka valid dalam mengukur konstruk masing-masing. Jalur pengaruh dari Nilai Pancasila ke Etika Manajemen Bisnis juga diperlihatkan dengan nilai T-statistik sebesar 23.306, yang kembali menegaskan adanya pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa model ini secara keseluruhan baik dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam konteks yang diteliti.

2. Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai Pancasila memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap etika manajemen bisnis di Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,876 dan nilai P-value sebesar 0,000, yang menandakan adanya hubungan langsung yang positif dan signifikan secara statistik antara kedua variabel.

Tingkat internalisasi nilai-nilai Pancasila yang tinggi dalam diri individu maupun organisasi terbukti berkorelasi dengan meningkatnya praktik manajerial yang etis. Hal ini terlihat dari nilai R Square sebesar 0,768, yang berarti hampir 77% variasi dalam perilaku etika manajemen dapat dijelaskan oleh sejauh mana nilai-nilai tersebut diinternalisasi. Daya jelaskan model ini tergolong kuat, menunjukkan bahwa etika manajerial tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti regulasi atau kebijakan perusahaan, tetapi juga oleh nilai-nilai internal yang melekat pada pelaku bisnis.

Temuan ini menegaskan bahwa nilai-nilai Pancasila yang diterapkan secara konsisten dalam keseharian organisasi mampu membentuk pola pikir dan perilaku etis yang terstandar. Dalam praktiknya, nilai-nilai tersebut tercermin dalam sikap adil, keterbukaan dalam pengambilan keputusan, sikap saling menghargai, semangat kebersamaan, serta perilaku yang menjunjung tinggi integritas. Ketika nilai-nilai ini menjadi bagian dari budaya organisasi, maka orientasi bisnis tidak hanya berfokus pada profit, tetapi juga pada kebermanfaatan sosial dan tanggung jawab moral.

Lebih lanjut, hasil ini juga memperkuat posisi Pancasila sebagai sumber nilai yang tidak hanya bersifat simbolis atau normatif, tetapi juga praktis dan aplikatif dalam dunia bisnis. Perusahaan yang menjadikan Pancasila sebagai dasar etika cenderung membentuk lingkungan kerja yang kondusif, kolaboratif, dan berkeadilan, yang pada akhirnya mendorong kinerja dan reputasi organisasi secara keseluruhan.

Dengan demikian, internalisasi nilai-nilai Pancasila memberikan landasan moral yang kuat dalam membentuk perilaku etis dalam manajemen bisnis. Pancasila tidak hanya relevan sebagai ideologi bangsa, tetapi juga sebagai pedoman nyata dalam mengembangkan tata kelola bisnis yang berintegritas di era modern.

Simpulan

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, dunia bisnis dihadapkan pada tantangan etika yang semakin kompleks. Organisasi dituntut tidak hanya untuk mencapai efisiensi dan profitabilitas, tetapi juga untuk menjunjung tinggi nilai moral dan tanggung jawab sosial. Di Indonesia, Pancasila sebagai dasar negara

memiliki potensi besar untuk dijadikan kerangka etis dalam manajemen bisnis. Namun, penerapannya dalam lingkungan kerja masih sering terhambat oleh dominasi orientasi hasil dan efisiensi semata.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode SEM-PLS untuk mengukur pengaruh internalisasi nilai-nilai Pancasila terhadap etika manajemen bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai Pancasila memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap etika manajemen bisnis. Nilai koefisien jalur sebesar 0,876 dan R Square sebesar 0,768 mengindikasikan hubungan yang kuat dan relevan antara kedua variabel. Dengan demikian, nilai-nilai Pancasila terbukti mampu menjadi dasar moral yang efektif dalam membentuk perilaku etis dalam praktik manajemen bisnis di Indonesia.

D. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada institusi pendidikan dan afiliasi yang telah memberikan dukungan moral maupun fasilitas dalam proses penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh responden dari perusahaan-perusahaan swasta yang telah berpartisipasi dan memberikan data yang berharga untuk mendukung kelengkapan analisis. Tidak lupa, apresiasi diberikan kepada rekan-rekan sejawat dan dosen pembimbing yang telah memberikan masukan konstruktif serta bantuan teknis dalam analisis dan penulisan laporan ini.

E. Referensi

- Arifin, M. (2020). *Integrasi nilai-nilai lokal dalam etika manajemen modern*. Jurnal Manajemen dan Organisasi, 15(2), 55–67.
- Damanhuri, D., Firmansyah, R., & Wijayanti, N. (2021). *Penerapan nilai-nilai Pancasila dalam meningkatkan budaya organisasi di sektor manufaktur alat berat*. Jurnal Etika dan Manajemen, 8(2), 101–115.
- Fauzan, A. (2021). *Efisiensi pemasaran migas berbasis nilai kebangsaan*. Jurnal Inovasi Bisnis, 7(1), 33–46.
- Handayani, R. (2021). *Moralitas Pancasila dalam pengembangan SDM unggul*. Jurnal Pendidikan dan Pembangunan Karakter, 9(1), 89–101.
- Hidayat, S. (2023). *Relevansi Pancasila sebagai fondasi etika bisnis di Indonesia*. Jurnal Filsafat dan Etika, 13(1), 22–35.
- Irawan, B. (2024). *Tantangan implementasi Pancasila dalam manajemen sumber daya manusia di era digital*. Jurnal Manajemen Indonesia, 12(1), 45–58.
- Lestari, D. (2022). *Budaya kerja kolaboratif melalui nilai-nilai kebangsaan*. Jurnal Kepemimpinan dan Etika, 6(2), 74–85.
- Nasution, F. (2023). *Etika perusahaan dan kesejahteraan kolektif: Studi nilai Pancasila dalam praktik bisnis*. Jurnal Etika Korporat, 5(1), 19–31.
- Nafi'a, L., Mulyadi, H., & Prasetya, Y. (2021). *CSR dan nilai-nilai Pancasila di era Industri 4.0: Pendekatan etis dalam strategi bisnis*. Jurnal Bisnis dan Kemanusiaan, 5(3), 67–79.
- Oktariani, D., Santoso, R., & Wibowo, A. (2021). *Peran Pancasila dalam membentuk karakter SDM unggul di era globalisasi*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 9(1), 29–41.
- Philipus, F. (2021). *Struktur etika perusahaan berbasis nilai-nilai Pancasila*. Jurnal Etika Bisnis, 10(4), 88–97.
- Rahardjo, T. (2022). *Tantangan etis dalam globalisasi ekonomi*. Jurnal Ekonomi dan Etika, 14(2), 122–134.
- Ramdani, R. (2023). *Penguatan budaya organisasi melalui internalisasi Pancasila*. Jurnal Perilaku Organisasi, 4(1), 11–25.
- Santoso, H. (2021). *Tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai moral dalam era digital*. Jurnal Sosial Ekonomi, 11(3), 76–88.
- Saputra, D. (2020). *Peran nilai Pancasila dalam perencanaan program CSR berbasis komunitas*. Jurnal Tanggung Jawab Sosial, 3(2), 50–61.
- Surya, M. (2021). *Efisiensi vs etika: Dilema nilai dalam perusahaan modern*. Jurnal Etika Terapan, 8(1), 13–27.

- Sutrisno, A. (2022). *Etika digital dan perlindungan data dalam manajemen SDM*. Jurnal Teknologi dan Etika, 5(4), 93–105.
- Yuliani, N. (2020). *Fokus produktivitas dalam organisasi dan implikasi terhadap nilai kebangsaan*. Jurnal Administrasi Bisnis, 6(3), 58–70.