Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi (JEBISMA)
Vol. 3 No.2 Desember 2025 E-ISSN: 3030-9473

PERAN ETIKA DAN KEPATUHAN HKI DALAM MEMBANGUN EKOSISTEM WIRAUSAHA BERKELANJUTAN

Abel Widi Astuti[1]; Agung Winarno[2]; Wening Patmi Rahayu[3]
Universitas Negeri Malang[1,2,3]
Email korespondensi:
abel.widi.2504138@students.um.ac.id

ABSTRAK

Ekosistem wirausaha berkelanjutan tidak hanya bertumpu pada kemampuan inovasi dan kreativitas pelaku usaha, tetapi juga pada sejauh mana nilai-nilai etika dan kepatuhan terhadap regulasi hukum diterapkan secara konsisten. Etika bisnis menjadi fondasi moral yang menentukan bagaimana pelaku usaha mengambil keputusan yang bertanggung jawab, transparan, dan tidak merugikan pihak lain. Penerapan prinsip-prinsip etis seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial akan memperkuat kepercayaan konsumen, menciptakan hubungan bisnis yang sehat, serta mendorong terciptanya reputasi usaha yang positif dan berkelanjutan.

Di sisi lain, kepatuhan terhadap regulasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memiliki peran penting dalam melindungi inovasi, mencegah praktik plagiarisme, dan memastikan adanya penghargaan terhadap karya kreatif. Usaha yang patuh terhadap HKI akan lebih terlindungi dari risiko pelanggaran hukum, sehingga mampu menciptakan iklim kompetisi yang sehat dan mendorong inovasi baru. Integrasi antara etika bisnis dan kepatuhan HKI juga memperkuat daya saing pelaku usaha dalam menghadapi pasar global, di mana standar moral dan perlindungan hukum menjadi indikator utama keberlanjutan bisnis. Dengan demikian, kerangka konseptual yang menggabungkan kedua aspek ini sangat relevan untuk memahami bagaimana wirausaha dapat berkembang secara berkelanjutan, adil, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Kata kunci:
Etika Bisnis, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Kepatuhan Hukum, Wirausaha Berkelanjutan, Inovasi

PENDAHULUAN

Perkembangan wirausaha pada era globalisasi dan digitalisasi membawa perubahan besar dalam pola kompetisi dan inovasi. Keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh keuntungan ekonomi, tetapi juga oleh aspek moral, sosial, dan hukum yang melingkupi aktivitas bisnis. (Velasquez, 2012) mendefinisikan etika bisnis sebagai standar moral yang mengarahkan seseorang dalam membuat keputusan yang adil, jujur, dan bertanggung jawab dalam aktivitas bisnis. Etika tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap hukum, tetapi juga menyangkut bagaimana pelaku usaha mempertimbangkan dampak sosial dari setiap keputusan yang diambil.Ketika praktik seperti manipulasi, penipuan, dan plagiarisme meningkat, penerapan etika menjadi semakin diperlukan agar hubungan antarpelaku usaha dan konsumen tetap sehat.

Di sisi lain, ekonomi modern yang berbasis pengetahuan menempatkan perlindungan HKI sebagai faktor strategis. WIPO (World Intellectual Property Organization) menegaskan

bahwa HKI memberikan perlindungan hukum terhadap karya dan inovasi sehingga mendorong kreativitas serta kompetisi yang sehatMenurut (Trevino & Nelson, 2021) etika bisnis mencakup empat nilai utama yang harus melekat dalam praktik wirausaha, yaitu: kejujuran (*honesty*), keadilan (*fairness*), integritas (*integrity*), dan tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Keempat prinsip ini membentuk dasar perilaku yang etis dalam kegiatan usaha, terutama pada era kompetisi global yang semakin kompleks.

Lebih lanjut, (Armstrong et al., 2016) menegaskan bahwa konsumen modern cenderung lebih percaya pada perusahaan yang menjunjung etika bisnis secara konsisten. Dengan demikian, etika tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang berpengaruh terhadap reputasi dan kepercayaan publik.

Oleh karena itu, integrasi antara etika bisnis dan kepatuhan HKI menjadi pusat perhatian dalam membangun ekosistem wirausaha berkelanjutan. Nilai etika mendorong pelaku usaha untuk menghargai karya orang lain, sementara HKI menyediakan perlindungan hukum agar inovasi dapat berkembang secara aman. Kombinasi keduanya menciptakan iklim usaha yang adil, inovatif, dan terpercaya. Artikel ini mengkaji peran kedua aspek tersebut secara konseptual untuk memberikan kerangka pemikiran yang komprehensif bagi akademisi dan pelaku usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Etika dalam Wirausaha

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip moral yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Menurut (Velasquez, 2012), etika bisnis mencakup nilai keadilan, kejujuran, kepercayaan, dan tanggung jawab. Dalam konteks wirausaha, etika menjadi pedoman bagi pengambilan keputusan yang tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan moral. Aspek penting dalam etika bisnis meliputi transparansi, integritas, keadilan, tanggung jawab social. Aspek ini sangat penting untuk diterapkan dalam sebuah etika bisnis.

Dalam konteks UMKM, etika berperan dalam mencegah terjadinya penyimpangan seperti manipulasi harga, penipuan produk, hingga pelanggaran kekayaan intelektual. (Irawan, 2020) menemukan bahwa etika bisnis berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan konsumen, terutama pada sektor UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika merupakan prasyarat penting dalam menciptakan ekosistem wirausaha yang sehat dan berkelanjutan.

2.2 Hak Kekayaan Intelektual dalam Wirausaha

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) meliputi hak cipta, merek, paten, desain industri, rahasia dagang, dan indikasi geografis. Menurut WIPO (2020), HKI mencakup hak cipta, paten, merek dagang, desain industri, rahasia dagang, dan indikasi geografis yang bertujuan melindungi hasil olah pikir manusia agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Dalam wirausaha modern, HKI berfungsi untuk melindungi inovasi dan kreativitas agar tidak dicuri atau dipalsukan, meningkatkan daya saing melalui penciptaan identitas unik (branding), mendorong investasi karena bisnis yang taat HKI lebih dipercaya, memperkuat pasar yang adil dengan mencegah Tindakan plagiarisme. (Fisher, 2001) menjelaskan bahwa perlindungan HKI tidak hanya bertujuan mencegah pencurian karya (plagiarisme), tetapi juga berfungsi sebagai insentif yang mendorong inovasi. Dengan adanya kepastian hukum, pelaku

usaha menjadi lebih termotivasi untuk menghasilkan produk kreatif yang bernilai ekonomi tinggi.

Dalam konteks UMKM di Indonesia, (Sjahputra, 2019) mengemukakan bahwa perlindungan HKI berperan penting dalam mencegah pemalsuan produk dan menciptakan persaingan yang sehat. Selain itu, HKI memberikan identitas yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya (branding), sehingga UMKM dapat meningkatkan posisi tawarnya di pasar.

2.3 Wirausaha Berkelanjutan (Sustainable Entrepreneurship)

Wirausaha berkelanjutan adalah pendekatan wirausaha yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. (Patzelt & Shepherd, 2011) menjelaskan bahwa wirausaha berkelanjutan bertujuan memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya. Elemen kunci dari wirausaha berkelanjutan adalah orientasi jangka Panjang, inovasi beretika, perlindungan terhadap asset intelektual, keberlanjutan social.

Menurut (Kurata et al., 2025) wirausaha berkelanjutan berfokus pada inovasi yang ramah lingkungan, praktik bisnis etis, serta keberlanjutan jangka panjang. Pendekatan ini menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mengejar keuntungan (profit), tetapi juga memperhatikan dimensi people (sosial) dan planet (lingkungan), sesuai dengan konsep Triple Bottom Line yang dikembangkan oleh John Elkington.

Dalam perspektif ekonomi kreatif, (Wulandari & Fazizah, 2024) menyatakan bahwa wirausaha berkelanjutan membutuhkan perlindungan inovasi melalui HKI agar proses kreatif tetap berkelanjutan. Tanpa HKI, inovasi mudah ditiru sehingga pelaku usaha kehilangan motivasi untuk berinovasi secara beretika.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research) yang bersifat konseptual-teoritis. Data dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber ilmiah seperti buku teks etika bisnis, literatur Hak Kekayaan Intelektual (HKI), jurnal nasional dan internasional, regulasi terkait HKI, serta laporan penelitian terdahulu mengenai kewirausahaan berkelanjutan. Analisis dilakukan melalui analisis konten (content analysis) dengan cara mengidentifikasi, merangkum, dan mensintesiskan temuan-temuan konseptual pada riset sebelumnya, kemudian mengaitkannya dengan kerangka teori etika bisnis menurut Velasquez, Crane & Matten, serta teori HKI dari WIPO. Proses analisis dilakukan untuk menemukan gap penelitian, yaitu belum adanya kajian yang secara komprehensif mengintegrasikan etika bisnis dengan kepatuhan HKI dalam membangun ekosistem wirausaha berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian konseptual ini bertujuan mengembangkan pemahaman teoritis baru melalui penguatan model konseptual yang menjelaskan hubungan antara etika, kepatuhan HKI, inovasi, dan keberlanjutan wirausaha. Pendekatan ini tidak mengumpulkan data lapangan, tetapi mengandalkan penalaran teoritis untuk menghasilkan argumentasi ilmiah yang relevan, kritis, dan mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Peran Etika dalam Membangun Ekosistem Wirausaha

Etika menjadi dasar pembentukan ekosistem usaha yang sehat dan terpercaya. Dalam

konteks hubungan antar pelaku usaha, etika mencegah persaingan tidak sehat seperti memalsukan produk, meniru merek, atau membajak karya kreatif. Penerapan etika menghasilkan beberapa manfaat antara lain membangun kepercayaan pelanggan dan mkitra bisnis, mencegah konflik hukum, meningkatkan reputasi usaha, memperkuat keberlanjutan jangka Panjang. Sebuah ekosistem yang etis akan menekan terjadinya pelanggaran HKI karena pelaku usaha menghargai karya dan hak orang lain.

3.2 Kepatuhan HKI sebagai Pilar Keberlanjutan

Kepatuhan pada HKI memastikan bahwa proses inovasi dapat terus berjalan secara adil. Pelaku usaha yang mematuhi HKI memberikan penghargaan kepada creator sehingga mendorong siklus inovasi baru. Hal ini sangat penting bagi industri kreatif, teknologi, kuliner, desain, dan UMKM. Ketaatan HKI ini menghasilkan perlindungan asset bisnis, pencegahan plagiarisme, terciptanya persaingan sehat, legalitas usaha yang lebih kuat. Kepatuhan HKI menjadi sinyal bahwa pelaku usaha menjunjung etika dan profesionalisme.

3.3 Integrasi Etika dan HKI untuk Keberlanjutan Wirausaha

Integrasi antara etika dan HKI melahirkan ekosistem wirausaha berkelanjutan. Etika mengarahkan moral pelaku usaha, sementara HKI memberikan batasan hukum yang tegas. Keduanya saling melengkapi. Kerangka integritas tersebut mencangkup etika menghargai orang lain mencegah peniruan dan pelanggaran HKI, HKI memberikan perlindungan formal memperkuat rasa aman dalam berinovasi, wirausaha mengutamakan integritas membangun pasar yang sehat, creator merasa dilindungi memicu inovasi berkelanjutan Ekosistem wirausaha yang berkelanjutan hanya dapat tercapai ketika pelaku usaha tidak hanya menaati aturan hukum, tetapi juga bertindak sesuai nilai moral.

3.4 Implikasi Konseptual

Artikel ini menekankan bahwa keberlanjutan wirausaha membutuhkan:

1. integrasi antara nilai moral dan kepatuhan hukum,
2. edukasi etika bisnis sejak dini,
3. peningkatan literasi HKI,
4. kebijakan pemerintah yang mendorong perlindungan karya,
5. pengawasan terhadap pelanggaran HKI di pasar digital.

KESIMPULAN

Etika dan kepatuhan terhadap HKI memainkan peran penting dalam membangun ekosistem wirausaha berkelanjutan. Etika memberikan landasan moral yang mendorong perilaku adil dan jujur, sedangkan HKI memberikan perlindungan hukum yang memastikan terciptanya persaingan sehat. Integrasi keduanya menciptakan lingkungan usaha yang inovatif, aman, dan saling menghargai sehingga mendorong keberlanjutan jangka panjang. Ke depan, pelaku usaha perlu memperkuat literasi etika bisnis dan HKI agar mampu bersaing secara sehat, berkelanjutan, dan berkualitas di era ekonomi digital. Etika dan kekayaan intelektual saling berkaitan dalam wirausaha. Etika menjadi pedoman moral agar pengusaha bertindak jujur, adil, dan bertanggung jawab, membangun kepercayaan serta reputasi bisnis. Kekayaan intelektual melindungi karya dan inovasi dari penyalahgunaan, memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha. Dengan menerapkan keduanya, wirausahawan dapat mencapai kesuksesan yang berlandaskan integritas, keadilan, dan inovasi etis.

DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, M. J., Gaunt, P., Aithal, G. P., Barton, D., Hull, D., Parker, R., Hazlehurst, J. M., Guo, K., Abouda, G., & Aldersley, M. A. (2016). Liraglutide safety and efficacy in patients with non-alcoholic steatohepatitis (LEAN): a multicentre, double-blind, randomised, placebo-controlled phase 2 study. *The Lancet*, *387*(10019), 679–690.

Fisher, W. (2001). *Theories of intellectual property*.

Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen pada PT. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, *5*(2), 140.

Kurata, K., Kageyama, I., Kobayashi, Y., Kodama, K., Li, X., & Lim, Y. (2025). Does the Intuition of Top Managers Influence Corporate Entrepreneurship? *Administrative Sciences*, *15*(8), 313.

Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2011). Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *35*(4), 631–652.

Sjahputra, A. (2019). Determinan tax avoidance pada perusahaan food and beverages di Indonesia. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, *2*(4), 371–380.

Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2021). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. John Wiley & Sons.

Velasquez, A. (2012). Social media and online political discussion: The effect of cues and informational cascades on participation in online political communities. *New Media & Society*, *14*(8), 1286–1303.

WIPO. (2020). *Understanding Intellectual Property*. World Intellectual Property Organization.

WIPO. (2019). *Intellectual Property and Innovation in the Digital Age*. World Intellectual Property Organization.

Wulandari, A., & Fazizah, A. (2024). PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, KREATIVITAS IKLAN DAN CO-BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN:(Studi pada followers Jiniso yang membeli produk Jiniso menggunakan metode transfer di Aplikasi Tiktok-Tokopedia). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, *8*(6), 131–140.