KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi
Vol.3, No.6 November 2026
e-ISSN: 3047-6240, p-ISSN: 3047-6232, Hal 339-351
DOI : https://doi.org/10.61722/jemba.v3i6.3301

Urgensi *Virtue Ethics* Aristoteles dalam Mewujudkan Praktik Bisnis Digital yang Etis di Era Kecerdasan Buatan

Mhd. Farid Mufid JH[1*], Sri Wigati[2]
[1]Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Ampel Surabaya, Jalan Ahmad Yani No. 117, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, 60237.
[2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, Jalan Ahmad Yani No. 117, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, 60237.
*Penulis Korespondensi: mhdfaridmufidjh@gmail.com, sriwigati@uinsa.ac.id

Abstract *Artificial intelligence (AI) has transformed digital business practices, including marketing, customer services, data management, and decision-making. Although AI can improve corporate efficiency and competitiveness, its use also raises ethical concerns, such as algorithmic bias, limited transparency, consumer data practices, and unclear responsibility for automated decisions. This study aims to examine the relevance of Aristotelian virtue ethics to ethical digital business practices, analyze AI-based business decisions through the perspective of moral virtues, and formulate ways to apply these virtues to address ethical challenges in digital business. The study employs library research with a conceptual approach and qualitative analysis. The materials comprise Aristotle's philosophical works, scholarly journal articles, academic books, and official documents concerning AI ethics and governance. The analysis identifies relevant virtue concepts, compares arguments across sources, and synthesizes the relationship between Aristotelian thought, AI-based decision-making, and business governance. The findings indicate that practical wisdom (phronesis), honesty, justice, responsibility, and care can provide a moral foundation for evaluating business decisions that should not be assessed solely in terms of efficiency or profit. These virtues encourage decision-makers to consider context, consumer rights, and potential algorithmic impacts. The study implies that moral values should be translated into organizational practices through human oversight, algorithmic bias assessment, information transparency, and corporate accountability mechanisms. It also positions virtue ethics as a complement to regulation and technical controls, rather than a substitute for them. Accordingly, Aristotelian virtue ethics offers a conceptual basis for guiding AI adoption toward digital business practices that pursue economic objectives while remaining fair, transparent, and accountable.*
Keywords*: Artificial Intelligence; Aristotelian Ethics; Digital Business; Ethical Decision Making; Virtue Ethics.*

Abstrak Perkembangan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) telah mengubah praktik bisnis digital, mulai dari pemasaran dan pelayanan konsumen hingga pengelolaan data serta pengambilan keputusan. Penggunaan AI dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, tetapi juga menimbulkan persoalan etika, seperti bias algoritmik, keterbatasan transparansi, pemanfaatan data konsumen, dan ketidakjelasan tanggung jawab atas keputusan otomatis. Penelitian ini bertujuan menganalisis urgensi *virtue ethics* Aristoteles dalam mewujudkan praktik bisnis digital yang etis, menelaah keputusan bisnis berbasis AI melalui perspektif kebajikan moral, serta merumuskan penerapannya untuk mengatasi persoalan etika dalam bisnis digital. Penelitian menggunakan metode kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan konseptual dan analisis kualitatif. Data diperoleh melalui penelaahan karya Aristoteles, artikel jurnal ilmiah, buku akademik, dan dokumen resmi mengenai etika serta tata kelola AI. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi konsep kebajikan, membandingkan argumentasi antarsumber, dan menyusun sintesis mengenai hubungan antara pemikiran Aristoteles, pengambilan keputusan berbasis AI, dan tata kelola bisnis. Hasil kajian menunjukkan bahwa kebijaksanaan praktis, kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian dapat menjadi landasan moral untuk menilai keputusan bisnis yang tidak cukup diukur berdasarkan efisiensi atau keuntungan. Kebajikan tersebut mendorong pengambil keputusan mempertimbangkan konteks, hak konsumen, serta kemungkinan dampak algoritmik. Temuan ini juga menegaskan perlunya perusahaan meninjau rekomendasi produk, penetapan harga, dan pemrosesan data agar tidak merugikan kelompok konsumen tertentu. Implikasi penelitian ini berupa penguatan pengawasan manusia, evaluasi bias algoritmik, keterbukaan informasi, dan mekanisme pertanggungjawaban perusahaan sebagai penerapan nilai moral dalam tata kelola AI. Dengan demikian, etika kebajikan Aristoteles dapat

Naskah Masuk: 26 Oktober 2026; Revisi: 27 Oktober 2026; Diterima: 28 Oktober 2026; Terbit: 02 November 2026

melengkapi regulasi dan pengendalian teknis agar pemanfaatan AI dalam bisnis digital berlangsung secara adil, transparan, dan bertanggung jawab.
Kata Kunci: Bisnis Digital; Etika Aristoteles; Etika Kebajikan; Kecerdasan Buatan; Pengambilan Keputusan.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam aktivitas bisnis, mulai dari pemasaran, pelayanan konsumen, pengelolaan data, hingga pengambilan keputusan strategis. Kehadiran kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) semakin memperluas kemampuan perusahaan dalam menganalisis perilaku konsumen, memberikan rekomendasi produk, memprediksi permintaan pasar, dan menentukan strategi bisnis berdasarkan data. Pemanfaatan teknologi tersebut dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, tetapi juga menimbulkan persoalan mengenai keadilan, transparansi, privasi, serta tanggung jawab atas keputusan yang dihasilkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis digital tidak cukup diukur berdasarkan keuntungan dan kecanggihan teknologi, tetapi juga perlu mempertimbangkan kualitas etika dalam penerapannya.

Problematika etika penggunaan AI dapat terlihat dalam praktik penentuan harga, penyusunan iklan berdasarkan karakteristik konsumen, dan pemberian rekomendasi produk yang memengaruhi perilaku pembelian. Persoalan muncul ketika algoritma menghasilkan perlakuan yang tidak adil, memanfaatkan data tanpa keterbukaan yang memadai, atau menimbulkan kerugian bagi konsumen. Selain itu, ketergantungan perusahaan terhadap keputusan otomatis dapat menyulitkan pertanggungjawaban apabila tidak disertai evaluasi dan pengawasan manusia. Oleh karena itu, diperlukan landasan etika yang tidak hanya mengatur batasan tindakan, tetapi juga membentuk pertimbangan moral manusia dalam menentukan tujuan dan cara penggunaan teknologi.

Salah satu pendekatan yang relevan untuk menjawab persoalan tersebut adalah *virtue ethics* atau etika kebajikan yang dikembangkan oleh Aristoteles. Pendekatan ini menempatkan karakter moral sebagai dasar dalam menentukan kualitas tindakan melalui pembiasaan (*habituation*), pertimbangan rasional, dan kebijaksanaan praktis (*phronesis*). Dalam praktik bisnis digital, nilai kejujuran diperlukan dalam penyampaian informasi kepada konsumen, keadilan dalam penggunaan algoritma, serta tanggung jawab terhadap dampak keputusan yang dihasilkan AI. Dengan demikian, etika kebajikan Aristoteles relevan karena memberikan landasan moral bagi manusia untuk menentukan tindakan yang tepat ketika menghadapi persoalan bisnis digital yang kompleks dan tidak selalu dapat diselesaikan melalui aturan umum.

Penelitian terdahulu melalui artikel *A Virtue Based Framework to Support Putting AI Ethics into Practice* (Hagendorff, 2022) menunjukkan bahwa etika kebajikan dapat melengkapi pendekatan etika AI yang berorientasi pada prinsip. Penelitian tersebut mengidentifikasi keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan kepedulian sebagai kebajikan dasar, serta kehati-hatian dan keteguhan sebagai kebajikan pendukung dalam pengambilan keputusan etis. Sementara itu, dalam artikel *From Applied Ethics and Ethical Principles to Virtue and Narrative in AI Practices* (Hayes dkk., 2025) menekankan pentingnya pendekatan kebajikan dan narasi dalam praktik AI dengan memperhatikan tindakan manusia serta lingkungan organisasi. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa penerapan AI yang etis

tidak cukup bertumpu pada prinsip normatif, tetapi juga membutuhkan pembentukan karakter moral dan budaya organisasi yang mendukung tindakan bertanggung jawab.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, kesenjangan penelitian (research gap) terletak pada perlunya kajian konseptual yang secara khusus menghubungkan pemikiran etika kebajikan Aristoteles dengan praktik bisnis digital berbasis AI. Fokus penelitian diarahkan pada tiga aspek, yaitu urgensi kebajikan moral dalam kegiatan bisnis digital, penggunaan kebijaksanaan praktis sebagai dasar penilaian keputusan bisnis berbasis AI, serta penerapan nilai-nilai kebajikan dalam tata kelola dan pertanggungjawaban perusahaan. Kebaruan konseptual penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan pemikiran Aristoteles dengan analisis keputusan bisnis berbasis AI sekaligus merumuskan penerapannya dalam tata kelola bisnis digital yang etis.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada kebutuhan untuk memastikan bahwa pemanfaatan AI tetap berada dalam landasan moral dan tidak mengabaikan kepentingan konsumen. Nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kebijaksanaan praktis dapat diterapkan melalui pengawasan manusia terhadap keputusan AI, evaluasi berkala terhadap algoritma, transparansi informasi, serta mekanisme pertanggungjawaban perusahaan. Dalam hal ini, etika kebajikan tidak dimaksudkan untuk menggantikan regulasi maupun pengawasan teknis, melainkan melengkapi keduanya melalui penekanan pada kualitas karakter dan pertimbangan moral pengambil keputusan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis urgensi *virtue ethics* Aristoteles dalam mewujudkan praktik bisnis digital yang etis, mengkaji keputusan bisnis berbasis AI berdasarkan perspektif etika kebajikan, serta merumuskan penerapan nilai-nilai kebajikan dalam mengatasi problematika etika bisnis digital. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan etika bisnis digital serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menerapkan AI secara adil, transparan, dan bertanggung jawab.

2. KAJIAN TEORITIS

Etika kebajikan (*virtue ethics*) merupakan pendekatan etika yang menempatkan karakter moral sebagai dasar dalam menentukan kualitas tindakan manusia. Salah satu tokoh utamanya adalah Aristoteles melalui karya *Nicomachean Ethics*, yang memandang bahwa kehidupan yang baik tidak hanya ditentukan oleh pencapaian tujuan dan kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga oleh pembentukan karakter serta kebiasaan bertindak secara baik. Pemikiran tersebut dikenal melalui konsep *eudaimonia*, yaitu kehidupan yang berkembang dengan baik atau kesejahteraan manusia secara utuh. Untuk mencapainya, manusia perlu mengembangkan kebajikan dan menggunakan kemampuan rasional dalam menentukan tindakan yang tepat. Dengan demikian, etika kebajikan tidak hanya menilai keuntungan dari suatu tindakan, tetapi juga memperhatikan karakter moral yang tercermin di dalamnya.

Menurut Aristoteles, kebajikan moral terbentuk melalui pembiasaan tindakan baik secara berulang, sehingga nilai seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab perlu diwujudkan dalam perilaku nyata. Pemikiran ini juga mencakup doktrin jalan tengah (*doctrine of the mean*), yaitu kebajikan sebagai keadaan yang tepat di antara kekurangan dan kelebihan berdasarkan pertimbangan rasional sesuai situasi yang dihadapi. Dalam praktik bisnis digital, prinsip tersebut relevan untuk menyeimbangkan kepentingan memperoleh keuntungan dengan perlindungan

konsumen, pemanfaatan data dengan penghormatan terhadap privasi, serta otomatisasi dengan pengawasan manusia. Selain itu, konsep kebijaksanaan praktis (*phronesis*) menekankan kemampuan mempertimbangkan tindakan berdasarkan tujuan moral dan keadaan konkret. Artinya, keberhasilan teknis dalam memanfaatkan AI tidak selalu menunjukkan bahwa keputusan bisnis telah sesuai secara etis, sehingga perusahaan tetap perlu memperhatikan kepatutan penggunaan data, kebebasan konsumen, dan potensi kerugian yang ditimbulkan.

Relevansi etika kebajikan Aristoteles semakin penting seiring penggunaan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) dalam aktivitas bisnis digital, seperti pengolahan informasi, prediksi permintaan, rekomendasi produk, pemasaran, dan pengambilan keputusan manajerial. Meskipun meningkatkan efisiensi, penerapan AI juga berpotensi menimbulkan persoalan etis berupa bias algoritma, penggunaan data yang tidak patut, dan keputusan yang mengabaikan kepentingan konsumen. Oleh karena itu, nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab, kepedulian, dan kebijaksanaan praktis diperlukan untuk mengarahkan penggunaan teknologi secara bertanggung jawab. Nilai-nilai tersebut merupakan pengembangan konseptual etika kebajikan dalam konteks kontemporer, bukan keseluruhan kebajikan yang dirumuskan secara persis oleh Aristoteles.

(Hagendorff, 2022), melalui artikel *A Virtue-Based Framework to Support Putting AI Ethics into Practice* menawarkan kerangka etika kebajikan sebagai pelengkap pendekatan etika AI yang berorientasi pada prinsip. Kajian tersebut mengidentifikasi empat kebajikan dasar dalam praktik AI, yaitu keadilan (*justice*), kejujuran (*honesty*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kepedulian (*care*), serta dua kebajikan pendukung berupa kebijaksanaan praktis (*prudence*) dan keteguhan (*fortitude*). Hagendorff menekankan bahwa penerapan etika AI tidak cukup bergantung pada pedoman tertulis, tetapi juga membutuhkan pembentukan karakter moral para profesional dan lingkungan organisasi yang mendukung perilaku etis. Pemikiran ini relevan dengan bisnis digital karena nilai kebajikan perlu diterapkan dalam perilaku pengelola, pengembang, dan pengguna sistem AI, bukan sekadar dicantumkan dalam kebijakan perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, etika kebajikan Aristoteles digunakan sebagai landasan konseptual untuk menjelaskan pentingnya karakter moral dan kebijaksanaan praktis dalam mewujudkan praktik bisnis digital yang etis di era kecerdasan buatan. Pendekatan ini tidak menggantikan peraturan hukum, standar teknis, maupun mekanisme pengawasan teknologi, melainkan melengkapinya melalui pembentukan karakter, pembiasaan perilaku baik, dan penguatan tanggung jawab manusia. Dengan demikian, pemanfaatan AI dalam kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan keadilan, kejujuran, kepedulian, serta kepentingan konsumen. Landasan ini selanjutnya digunakan untuk menganalisis persoalan etika dalam pengambilan keputusan bisnis berbasis AI dan merumuskan penerapan nilai-nilai kebajikan dalam tata kelola perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian berjudul "Urgensi *Virtue Ethics* Aristoteles dalam Mewujudkan Praktik Bisnis Digital yang Etis di Era Kecerdasan Buatan" menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dan analisis kualitatif. Penelitian ini bersifat nonempiris dengan fokus pada penelaahan, penafsiran, dan sintesis teori serta hasil penelitian terdahulu

mengenai etika kebajikan Aristoteles dan penggunaan kecerdasan buatan dalam praktik bisnis digital. Pendekatan konseptual digunakan untuk menghubungkan pemikiran filosofis Aristoteles dengan persoalan etika kontemporer, sedangkan analisis kualitatif digunakan untuk memahami makna, prinsip, dan hubungan antarkonsep berdasarkan bahan pustaka.

Sumber data penelitian terdiri atas bahan pustaka primer dan sekunder. Sumber primer berupa karya Aristoteles, khususnya *Nicomachean Ethics*, yang digunakan untuk mengkaji konsep kebajikan, kebijaksanaan praktis, pembiasaan moral, dan kehidupan yang baik (*eudaimonia*). Sementara itu, sumber sekunder mencakup buku akademik, artikel jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, serta dokumen resmi mengenai etika kecerdasan buatan, pengambilan keputusan algoritmik, bisnis digital, dan tata kelola AI. Pemilihan literatur dilakukan secara purposif berdasarkan relevansi, kredibilitas penerbit, kejelasan identitas publikasi, dan kontribusinya terhadap penelitian. Literatur kontemporer diutamakan dari periode 2019–2026, sedangkan karya klasik Aristoteles tidak dibatasi tahun penerbitannya karena menjadi landasan filosofis kajian.

Penelitian ini tidak menggunakan populasi dan sampel dalam pengertian penelitian kuantitatif yang melibatkan responden. Unit kajian berupa dokumen dan literatur ilmiah yang membahas etika kebajikan Aristoteles, persoalan etika dalam pengambilan keputusan berbasis AI, serta penerapan nilai moral dalam tata kelola bisnis digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan penelusuran kepustakaan dengan memanfaatkan Google Scholar, laman penerbit jurnal ilmiah, serta situs resmi lembaga terkait tata kelola AI. Penelusuran menggunakan kata kunci *Aristotelian virtue ethics, virtue ethics and artificial intelligence, AI based business decision making, digital business ethics, dan AI governance and accountability*. Literatur yang diperoleh diseleksi berdasarkan judul, abstrak, relevansi substansi, dan ketersediaan teks. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri dengan bantuan pedoman dokumentasi untuk mencatat identitas bibliografis, gagasan utama, pendekatan, temuan, serta relevansi setiap sumber terhadap fokus penelitian.

Analisis data menggunakan analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) yang dipadukan dengan analisis konseptual. Prosesnya meliputi pembacaan kritis, identifikasi konsep, pengelompokan informasi berdasarkan tema, perbandingan argumentasi antarsumber, dan penyusunan sintesis konseptual. Analisis difokuskan pada urgensi etika kebajikan Aristoteles dalam bisnis digital berbasis AI, penilaian terhadap keputusan bisnis berbasis AI melalui perspektif kebajikan moral, serta penerapan nilai kebajikan dalam memperkuat tata kelola bisnis digital. Konsep keutamaan moral dan kebijaksanaan praktis menjadi landasan filosofis, sedangkan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian digunakan sebagai kategori analitis untuk menilai praktik penggunaan AI. Keterpercayaan hasil kajian dijaga melalui perbandingan sumber primer, penelitian akademik terdahulu, dan dokumen resmi, serta pemeriksaan konsistensi antara argumentasi, referensi, dan kesimpulan. Pemikiran Aristoteles juga ditelaah berdasarkan konteks filosofisnya agar relevan dengan karakteristik bisnis digital kontemporer. Karena penelitian tidak menggunakan instrumen survei, pengujian validitas dan reliabilitas statistik tidak diperlukan.

Model penelitian yang digunakan adalah model konseptual normatif yang menghubungkan etika kebajikan Aristoteles, penilaian etis terhadap keputusan bisnis

berbasis AI, dan penerapan nilai moral dalam tata kelola bisnis digital. Etika kebajikan Aristoteles ditempatkan sebagai landasan teoretis dan normatif, dengan kebijaksanaan praktis (*phronesis*) sebagai penghubung antara pertimbangan moral dan situasi bisnis konkret. Nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian selanjutnya digunakan sebagai dasar penilaian etis dan perumusan penerapan kebajikan melalui pengawasan manusia, evaluasi risiko dan bias algoritmik, transparansi informasi, serta mekanisme pertanggungjawaban perusahaan. Dengan demikian, teori Aristoteles menjadi fondasi normatif, keputusan bisnis berbasis AI merupakan objek analisis, sedangkan tata kelola dan pertanggungjawaban perusahaan menjadi ranah penerapan nilai kebajikan dalam mewujudkan praktik bisnis digital yang etis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Urgensi Teori *Virtue Ethics* Aristoteles dalam Praktik Bisnis Digital di Era Kecerdasan Buatan

Perkembangan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) telah mengubah aktivitas bisnis digital, khususnya dalam pengelolaan data konsumen, pemasaran, pelayanan, dan pengambilan keputusan perusahaan. Pemanfaatan teknologi ini memberikan keuntungan berupa peningkatan efisiensi dan ketepatan operasional, tetapi juga menimbulkan persoalan etis, seperti penyalahgunaan data pribadi, pelanggaran privasi, bias algoritmik, dan penyampaian informasi yang dapat memengaruhi perilaku konsumen. (Taufiqurrohman & Gultom, 2023), melalui penelitian tentang Corporate Digital Responsibility menjelaskan bahwa transformasi digital tidak hanya menghadirkan peluang, tetapi juga risiko sosial dan etis yang menuntut tanggung jawab perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis digital tidak cukup diukur berdasarkan keuntungan dan kecanggihan teknologi, melainkan juga harus mempertimbangkan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat. Oleh karena itu, teori *Virtue Ethics* Aristoteles menjadi relevan karena menempatkan kebajikan moral sebagai landasan tindakan, sehingga pemanfaatan AI tidak hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi, tetapi juga memperhatikan martabat manusia, perlindungan konsumen, dan keadilan.

Relevansi teori kebajikan dalam aktivitas profesional diperkuat melalui penelitian tentang Etika Kebajikan dan Pendidikan Akuntansi dalam Menyusun Laporan Keuangan (Hopong & Sudaryati, 2024) mengenai penerapan etika kebajikan dalam pendidikan akuntansi dan penyusunan laporan keuangan. Penelitian tersebut menemukan bahwa nilai integritas, kejujuran, dan keberanian mendorong profesional dalam menyajikan informasi secara benar, serta menegaskan pentingnya keseimbangan antara kemampuan teknis dan moral. Temuan ini dapat dikaitkan dengan bisnis digital berbasis AI karena penguasaan teknologi belum menjamin terciptanya keputusan yang etis tanpa disertai pertimbangan moral dari pihak yang mengembangkan, mengelola, maupun menggunakannya. Dengan demikian, penerapan *Virtue Ethics* tidak hanya berorientasi pada pembentukan karakter individu, tetapi juga diperlukan untuk membangun budaya organisasi yang menjadikan integritas dan kebijaksanaan moral sebagai dasar pemanfaatan teknologi melalui literasi digital, pendidikan etika, dan perilaku bertanggung jawab.

Berdasarkan penelitian tentang Etika dpean Pertanggungjawaban Penggunaan AI di Indonesia (Nasman dkk., 2024) mengidentifikasi empat

prinsip penting dalam penggunaan AI, yaitu transparansi, akuntabilitas, keadilan, serta keamanan dan privasi data. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa keputusan berbasis teknologi harus tetap mempertimbangkan hak dan kepentingan pihak yang terdampak. Dalam perspektif Aristoteles, kebutuhan tersebut berkaitan dengan konsep *phronesis* atau kebijaksanaan praktis, yaitu kemampuan mempertimbangkan tindakan secara tepat berdasarkan situasi dan nilai moral. Kebijaksanaan ini diperlukan ketika perusahaan menggunakan algoritma untuk menentukan harga, merekomendasikan produk, mengelola data konsumen, dan mengambil keputusan otomatis. Sejalan dengan itu, penelitian tentang Etika Bisnis Berbasis Teori Keutamaan (Sukmawan & Rabbani, 2024) menegaskan pentingnya kejujuran, keadilan, kepercayaan, dan pertanggungjawaban dalam membentuk perilaku bisnis yang berintegritas dan berkelanjutan. Nilai-nilai tersebut perlu diwujudkan melalui keterbukaan informasi, pencegahan diskriminasi algoritmik, pengawasan penggunaan AI, serta perlindungan data pribadi. Dalam pemikiran Aristoteles, kebajikan tidak cukup dijadikan aturan tertulis, tetapi harus dibentuk melalui pembiasaan karakter dan tindakan yang baik.

Keputusan konsumen dalam membeli produk tidak hanya dipengaruhi harga dan kualitas, tetapi juga pertimbangan moral, seperti keberlanjutan, keadilan sosial, loyalitas terhadap komunitas lokal, dan integritas produsen (Putrigarini & Rahman, 2025). Media sosial, ulasan konsumen, testimoni, dan pemasaran digital turut membentuk persepsi masyarakat terhadap etika suatu produk. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan teknologi, termasuk AI, berpengaruh terhadap kepercayaan dan hubungan perusahaan dengan konsumen. Apabila hanya diarahkan untuk meningkatkan penjualan tanpa memperhatikan kepentingan pengguna, teknologi berpotensi memengaruhi persepsi dan keputusan pembelian melalui informasi yang tidak transparan. Oleh karena itu, konsep *phronesis*, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab menjadi landasan moral bagi pelaku usaha dalam menyeimbangkan kepentingan ekonomi dengan kepentingan konsumen. Berdasarkan keseluruhan penelitian tersebut, *Virtue Ethics* Aristoteles memiliki urgensi dalam mewujudkan praktik bisnis digital yang etis karena menempatkan pembentukan karakter moral sebagai dasar pemanfaatan AI. Penerapan nilai-nilai kebajikan tersebut diharapkan mampu mendorong terciptanya kegiatan bisnis yang jujur, adil, transparan, dapat dipercaya, bertanggung jawab, serta memberikan manfaat bagi masyarakat.

B. Analisis Keputusan Bisnis Berbasis AI Perspektif *Virtue Ethics* Aristoteles

Pengambilan keputusan bisnis berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) tidak hanya perlu dinilai berdasarkan kecepatan dan efisiensi teknologi, tetapi juga berdasarkan nilai moral yang mendasari penggunaannya. Melalui Systematic Literature Review terhadap 23 artikel periode 2021–2025, mengidentifikasi enam persoalan utama dalam pengambilan keputusan otomatis berbasis AI, yaitu bias dan diskriminasi algoritmik, transparansi, akuntabilitas, privasi dan keamanan data, tata kelola dan regulasi, serta hak asasi manusia dan keadilan sosial (Rindengan dkk., 2025). Persoalan tersebut menunjukkan bahwa keputusan AI tidak sepenuhnya netral karena dapat dipengaruhi oleh kualitas data, rancangan algoritma, dan penerapannya. Dalam bisnis digital, risiko ini dapat ditemukan pada rekomendasi produk, personalisasi iklan, penetapan harga, dan penilaian kelayakan konsumen. Kondisi tersebut

menegaskan bahwa penggunaan AI tidak hanya menimbulkan persoalan teknis, tetapi juga konsekuensi moral bagi pihak yang terdampak.

Dalam perspektif *Virtue Ethics* Aristoteles, persoalan tersebut dapat dianalisis melalui konsep keutamaan moral, kebijaksanaan praktis, dan kehidupan yang baik. Keadilan diperlukan untuk mencegah diskriminasi algoritmik, kejujuran mendorong keterbukaan dalam penggunaan dan pengolahan data, sedangkan tanggung jawab mengharuskan perusahaan mengawasi keputusan yang dihasilkan AI. Sementara itu, kebijakan praktis menuntut manusia untuk mempertimbangkan ketepatan informasi, potensi bias, serta konsekuensi keputusan sebelum menerapkan rekomendasi teknologi. Hal ini sejalan dengan penelitian tentang Analisis Dampak Implementasi AI dalam Proses Pengambilan Keputusan Manajerial terhadap Etika Bisnis (Insirat dkk., 2025) melalui Systematic Literature Review periode 2021–2024 yang menemukan bahwa AI mampu meningkatkan efisiensi operasional dan mendorong inovasi, tetapi juga menghadirkan persoalan bias algoritmik dan keterbatasan transparansi. Penelitian tersebut menegaskan pentingnya kesadaran etis manajer dalam mengarahkan penggunaan AI secara adil dan bertanggung jawab. Dengan demikian, manajer tidak seharusnya menerima seluruh rekomendasi AI secara otomatis, melainkan tetap melakukan pengawasan dan evaluasi dengan memperhatikan kepentingan perusahaan, konsumen, karyawan, dan masyarakat.

Persoalan bias algoritmik juga ditemukan dalam penelitian tentang Analisis Etika dalam Sistem Pengambilan Keputusan Berbasis AI (Rindengan, Rahayaan, dkk., 2025) melalui tinjauan terhadap 15 artikel periode 2020–2025. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa bias algoritmik berpotensi menghasilkan keputusan diskriminatif yang merugikan pihak tertentu, termasuk dalam penentuan kelayakan konsumen, rekomendasi produk, dan penetapan harga otomatis. Temuan ini memperkuat pentingnya keutamaan moral Aristoteles dalam proses pengambilan keputusan, sebab hasil perhitungan algoritma belum tentu mencerminkan keadilan bagi setiap individu. Oleh karena itu, aretē menjadi landasan bagi pembentukan karakter yang adil, jujur, dan bertanggung jawab, sedangkan *phronesis* diperlukan agar manusia mampu mengevaluasi keputusan berdasarkan situasi serta dampak moralnya. Pertimbangan tersebut juga berkaitan dengan *eudaimonia*, yang menempatkan kesejahteraan manusia sebagai tujuan, sehingga keberhasilan bisnis tidak hanya diukur melalui keuntungan ekonomi, tetapi juga manfaatnya bagi masyarakat.

Berdasarkan penelitian tentang Analisis Penggunaan Kecerdasan Buatan dalam Pengambilan Keputusan Bisnis Ditinjau dari Manajemen Syariah (Wulandari & Elfadhilah, 2026) melalui Systematic Literature Review terhadap 28 artikel periode 2020–2026 menemukan bahwa penggunaan AI mampu meningkatkan efisiensi operasional, khususnya dalam manajemen risiko, analisis pasar, dan penilaian kelayakan pembiayaan. Namun, penerapannya masih menghadapi persoalan bias algoritma, keterbatasan transparansi, dan ketidakjelasan pertanggungjawaban. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan teknologi perlu diimbangi dengan kualitas moral manusia yang mengarahkannya. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa keberlanjutan organisasi tidak cukup diukur berdasarkan keuntungan dan efisiensi jangka pendek, tetapi juga harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Secara keseluruhan,

berbagai penelitian tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan AI dalam bisnis memiliki peluang untuk meningkatkan efisiensi dan inovasi, tetapi tetap mengandung risiko etis yang memerlukan pertimbangan manusia. Dengan demikian, *Virtue Ethics* Aristoteles memberikan landasan moral melalui keutamaan karakter, kebijaksanaan praktis, dan orientasi pada kesejahteraan bersama. Keputusan bisnis berbasis AI yang etis bukan hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, melainkan juga oleh kemampuan manusia mengarahkan penggunaannya secara adil, jujur, bijaksana, dan bertanggung jawab.

C. Implementasi *Virtue Ethics* Aristoteles dalam Mengatasi Problematika Etika Bisnis Digital Berbasis AI

Implementasi *Virtue Ethics* Aristoteles dalam mengatasi problematika etika bisnis digital berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) perlu diarahkan pada pembentukan karakter moral manusia sebagai landasan penggunaan teknologi. Etika keutamaan tidak hanya menilai baik atau buruknya tindakan, tetapi juga menekankan pembentukan karakter dan kebiasaan agar seseorang mampu bertindak bijaksana.(Yulanda, 2020) Pemikiran ini relevan dengan persoalan bisnis digital, seperti manipulasi informasi, penyalahgunaan data konsumen, bias algoritma, dan keputusan otomatis yang mengabaikan kepentingan pihak tertentu. Dalam konteks tersebut, konsep keutamaan moral diwujudkan melalui pembiasaan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan integritas. Sementara itu, *phronesis* (kebijaksanaan praktis) mengharuskan pelaku usaha mengevaluasi hasil analisis AI berdasarkan kebenaran informasi, keadilan keputusan, dan dampaknya terhadap konsumen. Teori *Virtue Ethics* Aristoteles juga menekankan pembentukan karakter melalui kebiasaan yang konsisten, sehingga nilai-nilai moral perlu menjadi bagian dari budaya kerja perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan tEtika Daeknologi.

Relevansi nilai-nilai tersebut diperkuat melalui penelitian mengenai etika bisnis Islam pada transaksi *marketplace* Shopee (Prasetia & Abdullah, 2022) yang menemukan penerapan prinsip kesatuan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Kebebasan konsumen dalam menentukan atau membatalkan transaksi, tidak adanya diskriminasi, serta kejujuran penjual dalam memberikan informasi produk menjadi unsur penting dalam membangun hubungan bisnis yang saling menguntungkan. Meskipun tidak secara khusus membahas AI, temuan tersebut menunjukkan pentingnya nilai moral dalam aktivitas perdagangan digital. Sejalan dengan itu, ada penelitian tentang identifikasi persoalan penggunaan AI di Indonesia berupa bias algoritma, kurangnya transparansi, risiko pelanggaran privasi, dan ketidakjelasan pertanggungjawaban keputusan otomatis (Husain dkk., 2026). Kedua kajian tersebut memperlihatkan bahwa penerapan keutamaan moral dan *phronesis* diperlukan melalui penyediaan informasi yang akurat, perlindungan data pribadi, pencegahan diskriminasi algoritmik, serta pengawasan manusia terhadap keputusan yang berpotensi merugikan konsumen.

AI seharusnya menjadi instrumen pendukung, bukan pengganti peran manusia dalam menentukan tindakan yang bernilai moral (Kusuma & Sunaryo, 2026). Meskipun kajian tersebut berfokus pada pendidikan, pemikirannya relevan dengan bisnis digital karena keduanya membutuhkan kejujuran, otonomi, dan tanggung jawab manusia dalam menggunakan teknologi. Penerapannya dapat diwujudkan melalui pembiasaan perilaku jujur dalam menyampaikan

informasi produk, adil dalam menetapkan harga dan mengelola algoritma, serta bertanggung jawab terhadap penggunaan data konsumen. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian tentang Etika Bisnis di Era Digital (Hutahaean & de Keizer, 2026) yang mengidentifikasi persoalan berupa penyalahgunaan data pribadi, manipulasi antarmuka (*dark patterns*), bias dan ketidaktransparanan algoritma, manipulasi ulasan, serta klaim pemasaran menyesatkan (*greenwashing*). Untuk mengatasinya, pelaku bisnis perlu menerapkan transparansi, perlindungan privasi, penyampaian informasi berdasarkan fakta, pengawasan sistem secara berkala, serta mekanisme pengaduan dan perbaikan. Dengan demikian, kebijaksanaan praktis (*phronesis*) diperlukan agar keputusan bisnis tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan dan efisiensi, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan konsumen.

Persoalan keadilan algoritmik juga terlihat dalam penelitian mengenai sistem rekomendasi *marketplace* yang berpotensi mengutamakan pelaku usaha yang membayar promosi sehingga menimbulkan ketimpangan persaingan dan mengurangi hak konsumen memperoleh informasi secara adil dan transparan (Suarjana, 2025). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberpihakan algoritma bertentangan dengan prinsip keadilan dan transparansi, sementara kerangka hukum perlindungan konsumen yang dikaji belum secara eksplisit mengatur penggunaan AI dalam konteks tersebut. Penerapan keutamaan moral dapat diwujudkan melalui pemberian penanda yang jelas pada promosi berbayar, keterbukaan informasi, dan pencegahan diskriminasi terhadap pelaku usaha maupun konsumen. Temuan tersebut diperkuat melalTui penelitian tentang Etika Bisnis pada Platform *Online* dan *Market Place* yang Ada di Indonesia (Herianto dkk., 2025) yang mengidentifikasi persoalan *marketplace* di Indonesia, seperti misinformasi produk, manipulasi algoritma, penyalahgunaan data pribadi, dan ketidakadilan terhadap penjual kecil. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dapat meningkatkan kepercayaan pengguna, reputasi platform, dan keberlanjutan usaha digital. Oleh karena itu, pembentukan kebiasaan etis melalui pengawasan sistem, penanganan keluhan secara adil, dan pertanggungjawaban perusahaan perlu diterapkan secara konsisten agar teknologi tidak menjadi sarana manipulasi maupun diskriminasi.

Secara teoritis, penerapan keutamaan moral, kebijaksanaan praktis, dan pembiasaan karakter memperlihatkan relevansi etika keutamaan sebagai landasan moral dalam menghadapi persoalan bisnis digital berbasis AI. Secara praktis, nilai-nilai tersebut dapat mendorong tata kelola teknologi yang transparan, perlindungan konsumen, persaingan usaha yang adil, serta peningkatan kepercayaan dan keberlanjutan bisnis. Pada akhirnya, seluruh penerapan tersebut diarahkan pada tercapainya *eudaimonia*, yaitu kehidupan yang baik dan kesejahteraan manusia sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi. Dengan demikian, keberhasilan bisnis digital tidak hanya diukur melalui keuntungan dan produktivitas, tetapi juga melalui integritas moral, keadilan, dan tanggung jawab dalam pemanfaatan teknologi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Virtue Ethics* Aristoteles memiliki urgensi dalam mewujudkan praktik bisnis digital yang etis di era kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI), karena perkembangan teknologi tidak cukup hanya berorientasi pada efisiensi dan keuntungan, tetapi juga

membutuhkan landasan moral dalam setiap aktivitas bisnis. Etika keutamaan Aristoteles menempatkan pembentukan karakter manusia sebagai dasar untuk menghadapi berbagai persoalan etis, seperti manipulasi informasi, penyalahgunaan data konsumen, bias algoritma, dan kurangnya transparansi. Oleh karena itu, nilai keutamaan moral, kebijaksanaan praktis, dan pembiasaan karakter menjadi penting dalam mengarahkan penggunaan AI agar tetap berlandaskan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan integritas. Dengan demikian, etika keutamaan Aristoteles dapat menjadi landasan moral dalam menciptakan praktik bisnis digital yang tidak hanya mengutamakan kemajuan teknologi, tetapi juga memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan manusia.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengambilan keputusan bisnis berbasis AI memiliki potensi menimbulkan persoalan etis apabila hanya didasarkan pada perhitungan algoritma, efisiensi, dan pencapaian keuntungan tanpa mempertimbangkan nilai moral. Keputusan otomatis dapat memunculkan bias, ketidakadilan, manipulasi informasi, serta risiko penyalahgunaan data yang berdampak terhadap konsumen maupun pelaku usaha. Dalam perspektif *Virtue Ethics* Aristoteles, kondisi tersebut menegaskan pentingnya *phronesis* sebagai kemampuan manusia dalam menilai ketepatan keputusan berdasarkan situasi dan konsekuensi moralnya, serta aretē sebagai landasan untuk menjaga kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Oleh karena itu, AI perlu ditempatkan sebagai instrumen pendukung pengambilan keputusan, sedangkan pertimbangan etis dan tanggung jawab atas keputusan tetap berada pada manusia. Keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan kendali manusia diperlukan agar keputusan bisnis tidak hanya memberikan keuntungan, tetapi juga memperhatikan hak dan kepentingan seluruh pihak.

Implementasi *Virtue Ethics* Aristoteles dalam mengatasi problematika etika bisnis digital berbasis AI dapat dilakukan melalui pembiasaan karakter moral dan penerapan nilai-nilai keutamaan dalam tata kelola perusahaan. Penerapannya mencakup keterbukaan informasi, perlindungan data pribadi, pencegahan diskriminasi algoritmik, penyampaian informasi produk secara jujur, serta pengawasan manusia terhadap keputusan otomatis yang berpotensi merugikan konsumen. Dengan demikian, penerapan keutamaan moral, kebijaksanaan praktis, dan pembentukan karakter dapat mendorong terbentuknya tata kelola bisnis digital yang berintegritas, adil, transparan, dan bertanggung jawab. Seluruh penerapan tersebut pada akhirnya diarahkan pada tercapainya *eudaimonia*, yaitu kesejahteraan manusia sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi.

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha dan pengelola platform digital disarankan untuk menjadikan nilai-nilai keutamaan Aristoteles sebagai pedoman dalam pengembangan maupun penggunaan AI, terutama melalui peningkatan transparansi algoritma, perlindungan data konsumen, pencegahan keputusan diskriminatif, dan penguatan pengawasan manusia. Selain itu, pemerintah dan pihak regulator perlu mengembangkan pengaturan serta mekanisme pengawasan yang mampu menyesuaikan perkembangan teknologi AI dengan prinsip keadilan, perlindungan konsumen, dan pertanggungjawaban. Dengan demikian, penggunaan AI dalam aktivitas bisnis digital diharapkan tidak hanya meningkatkan efisiensi dan keuntungan, tetapi juga mendukung terciptanya ekosistem usaha yang etis dan berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan metode penelitian kepustakaan dengan pendekatan konseptual dan analisis kualitatif, sehingga pembahasannya didasarkan pada penelaahan literatur dan penelitian terdahulu serta belum menguji secara langsung penerapan nilai-nilai *Virtue Ethics* Aristoteles dalam kegiatan operasional perusahaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan empiris melalui wawancara, observasi, atau studi kasus pada perusahaan dan *marketplace* yang memanfaatkan AI. Kajian berikutnya juga dapat diarahkan pada analisis penerapan nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kebijaksanaan praktis dalam pengambilan keputusan algoritmik, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan etika keutamaan dalam mengatasi persoalan moral serta mendukung keberlanjutan bisnis digital.

DAFTAR REFERENSI

Hagendorff, T. (2022). A Virtue-Based Framework to Support Putting AI Ethics into Practice. *Philosophy & Technology*, *35*(3), 55. https://doi.org/10.1007/s13347-022-00553-z

Hayes, P., Fitzpatrick, N., & Ferrández, J. M. (2025). From applied ethics and ethical principles to virtue and narrative in AI practices. *AI and Ethics*, *5*(2), 1217–1239. https://doi.org/10.1007/s43681-024-00472-z

Herianto, R., Panjaitan, S., & Nainggolan, S. G. V. (2025). *ETIKA BISNIS PADA PLATFORM ONLINE DAN MARKET PLACE YANG ADA DI INDONESIA*.

Hopong, Y. M., & Sudaryati, E. (2024). Etika Kebajikan Aristoteles dan Pendidikan Akuntansi dalam Menyusun Laporan Keuangan Perusahaan: Literature Review. *Owner*, *8*(4), 4418–4425. https://doi.org/10.33395/owner.v8i4.2453

Husain, H., Rahmatyar, A., Sakti, L., Rosikhu, M., Efendi, S., & Alfurqan, I. (2026). Kajian Etika dan Hukum Siber dalam Pemanfaatan Artificial Intelligence di Indonesia. *Jurnal Fundamental Justice*, *7*(1), 147–162. https://doi.org/10.30812/fundamental.v7i1.6093

Hutahaean, E., & de Keizer, H. (2026). *ETIKA BISNIS DI ERA DIGITAL: TANTANGAN DAN STRATEGI MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN*. *5*(2).

Insirat, M. N., Syahfir, H. A., Usman, A., & Mediaty, M. (2025). Analisis Dampak Implementasi AI Dalam Proses Pengambilan Keputusan Manajerial Terhadap Etika Bisnis dan Keberlanjutan Organisasi: A Systematic Literature Review. *Owner*, *9*(1), 011–025. https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2525

Kusuma, E. & Sunaryo. (2026). ARTIFICIAL INTELLIGENCE DAN KRISIS PENDIDIKAN MORAL: ANALISIS KOMPARATIF PERSPEKTIF ARISTOTELES DAN IBN MISKAWAYH. *SUKMA: Jurnal Pendidikan*, *10*(1). https://doi.org/10.32533/10105.2026

Nasman, N., Astuti, P., & Perwitasai, D. (2024). *ETIKA DAN PERTANGGUNGJAWABAN PENGGUNAAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DI INDONESIA ETHICS AND RESPONSIBILITY FOR THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN INDONESIA*.

Prasetia, Y. A., & Abdullah, R. (2022). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Online di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman)*. *1*(1).

Putrigarini, D., & Rahman, M. Z. (2025). *ETIKA BISNIS BERBASIS DIGITAL*.

Rindengan, Y. D. Y., Patanduk, A., Lumowa, M. P., & Elden, N. (2025). *ETIKA PENGAMBILAN KEPUTUSAN OTOMATIS: ANALISIS SISTEMATIS*

TENTANG TANTANGAN MULTIDIMENSI DALAM SISTEM KECERDASAN BUATAN.

Rindengan, Y. D. Y., Rahayaan, J. A., & Porayou, A. I. (2025). *Analisis Etika dalam Sistem Pengambilan Keputusan berbasis AI: Systematic Literature Review 2020–2025.*

Suarjana, I. W. (2025). *Etika Bisnis dan Perlindungan Konsumen dalam Algoritma Rekomendasi Marketplace: Studi Kritis Atas Keberpihakan Sistem AI*.

Sukmawan, N. I., & Rabbani, R. A. (2024). *ETIKA BISNIS BERBASIS TEORI KEUTAMAAN*. *42*.

Taufiqurrohman, M. M., & Gultom, E. (2023). *Corporate Digital Responsibility: Tanggung Jawab Etis Penggunaan Teknologi Digital dalam Bisnis Perusahaan*. *13*(2).

Wulandari, D., & Elfadhilah, S. (2026). Analisis Penggunaan Kecerdasan Buatan dalam Pengambilan Keputusan Bisnis Ditinjau dari Prinsip Manajemen Syariah. *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Hukum*, *3*(3), 214–221. https://doi.org/10.60126/sainmikum.v3i3.1640

Yulanda, A. (2020). IMPLEMENTASI VIRTUE ETHICS ARISTOTELES DI ERA KEKINIAN. *JURNAL AL-AQIDAH*, *12*(1), 90–104. https://doi.org/10.15548/ja.v12i1.1570