



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 12625-12632

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Penerapan Prinsip Etika Bisnis dalam Mengurangi Keterlambatan Pembayaran dan Risiko Piutang Macet pada Transaksi *Business to Business* (B2B)

Putri Nabilah¹, Nensi Rahma Nor Hakiki², Tries Ellia Sandari³

Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

putrinabilah1326@gmail.com, nensir29@gmail.com, triesellia@untag-sby.ac.id

Abstract

Keterlambatan pembayaran dan piutang macet merupakan persoalan krusial dalam transaksi *Business-to-Business* (B2B) karena tidak hanya mengganggu arus kas perusahaan, tetapi juga dapat merusak kepercayaan dan keberlanjutan hubungan bisnis jangka panjang. Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana penerapan prinsip etika bisnis mampu menekan keterlambatan pembayaran serta meminimalkan risiko piutang macet dalam transaksi B2B. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menganalisis data sekunder dari berbagai sumber online, artikel, serta publikasi digital yang relevan. Landasan teoritis penelitian mencakup konsep etika bisnis, *Agency Theory*, *Stakeholder Theory*, serta *Trust and Commitment Theory* yang dihubungkan dengan manajemen piutang dan risiko kredit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai etis seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, transparansi, dan integritas berperan sebagai fondasi penting dalam memperkuat kepatuhan terhadap komitmen pembayaran. Keterlambatan pembayaran sering dipicu oleh lemahnya tata kelola internal, rendahnya akuntabilitas pengambil keputusan, serta munculnya moral hazard dari pihak pembeli yang sengaja menunda pembayaran demi kepentingan likuiditas jangka pendek. Penerapan etika bisnis dapat dioperasionalkan melalui peningkatan transparansi informasi, penguatan pengawasan internal, penetapan kebijakan kredit yang adil, serta komunikasi yang jelas dan terdokumentasi antara pembeli dan pemasok. Selain itu, budaya integritas mendorong perusahaan menjaga reputasi dan memenuhi kewajiban sesuai kesepakatan. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa etika bisnis bukan sekadar norma moral, melainkan strategi manajerial yang efektif untuk membangun hubungan B2B yang sehat, stabil, dan berkelanjutan, sekaligus menekan potensi piutang macet dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Keterlambatan Pembayaran, Piutang Macet, Transaksi *Business-to-Business* (B2B), Manajemen Piutang

1. Latar Belakang

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut tidak hanya untuk mengejar profit, tetapi juga mengedepankan praktik bisnis yang etis. Salah satu aspek penting yang sering menjadi sorotan dalam transaksi *Business-to-Business* (B2B) adalah ketepatan pembayaran piutang oleh pihak pembeli atau klien. Termin pembayaran yang telah disepakati merupakan komitmen kontraktual yang harus dipatuhi demi menjaga kredibilitas dan keberlangsungan hubungan bisnis. Namun, dalam praktiknya, banyak perusahaan yang menghadapi masalah keterlambatan pembayaran, bahkan hingga memunculkan piutang macet atau piutang tak tertagih. Fenomena ini tidak hanya merugikan dari sisi arus kas (*cash flow*), tetapi juga meningkatkan risiko operasional, menghambat perputaran modal kerja, serta memengaruhi stabilitas keuangan perusahaan yang menjadi kreditur.

Keterlambatan pembayaran dan risiko piutang macet pada transaksi B2B tidak semata-mata disebabkan oleh faktor finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh perilaku dan komitmen para pihak yang terlibat. Lemahnya kepatuhan terhadap kesepakatan, kurangnya transparansi informasi, serta rendahnya tanggung jawab moral dalam memenuhi kewajiban pembayaran menunjukkan adanya persoalan etika dalam praktik bisnis. Apabila kondisi ini dibiarkan, maka kepercayaan antarperusahaan akan menurun dan berpotensi merusak hubungan jangka panjang yang telah dibangun.

Penerapan Prinsip Etika Bisnis dalam Mengurangi Keterlambatan Pembayaran dan Risiko Piutang Macet pada Transaksi *Business to Business* (B2B)

Prinsip etika bisnis, seperti kejujuran, integritas, tanggung jawab, keadilan, dan itikad baik, menjadi landasan penting dalam menciptakan hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam transaksi *B2B* dapat mendorong kepatuhan terhadap perjanjian pembayaran, meningkatkan transparansi dalam komunikasi keuangan, serta memperkuat komitmen perusahaan terhadap kewajiban yang telah disepakati. Dengan demikian, etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pengelolaan risiko keuangan. Selain itu, penerapan etika bisnis yang konsisten dapat berkontribusi pada penurunan tingkat piutang bermasalah melalui terciptanya kepercayaan dan reputasi positif antar mitra usaha. Perusahaan yang menjunjung tinggi etika bisnis cenderung lebih berhati-hati dalam menyepakati syarat pembayaran dan lebih bertanggung jawab dalam memenuhi kewajiban finansialnya. Hal ini secara tidak langsung membantu perusahaan kreditur dalam meminimalkan risiko piutang macet serta menjaga stabilitas arus kas.

Maraknya piutang tak tertagih mencerminkan lemahnya penerapan prinsip etika bisnis seperti tanggung jawab (*responsibility*), kejujuran (*integrity*), serta keadilan (*fairness*) dalam menjalankan kewajiban pembayaran. Dalam transaksi *Business-to-Business (B2B)*, keterlambatan pembayaran sering kali disebabkan berbagai faktor seperti pengelolaan keuangan internal yang kurang efektif, rendahnya akuntabilitas, atau kurangnya komitmen terhadap perjanjian pembayaran. Tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran etika bisnis karena secara langsung merugikan pihak pemasok, mengganggu stabilitas transaksi, dan berpotensi merusak hubungan kerja sama jangka panjang. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengkaji bagaimana implementasi prinsip-prinsip etika bisnis dapat meminimalkan keterlambatan pembayaran dan mencegah terjadinya piutang macet. Dengan memahami dan menerapkan nilai-nilai etis dalam proses pembayaran, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan mitra, memperkuat reputasi, serta menciptakan hubungan bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan. Penelitian ini berfokus pada penerapan prinsip etika bisnis dalam konteks transaksi *Business-to-Business (B2B)* dan bagaimana penerapan tersebut dapat mengurangi risiko keterlambatan pembayaran serta piutang macet.

Piutang termasuk penegasan kepada berbagai pihak sebagai barang dagangan, administrasi, kas dan *non tunai* yang akan dibebankan pada saat transaksi sesuai kesepakatan bersama. Piutang adalah segala bentuk tagihan atau klaim perusahaan kepada pihak lain yang pelunasannya sesuai jatuh tempo perjanjian. Piutang adalah tuntutan kepada pelanggan dan pihak lainnya berupa hak untuk menagih sejumlah uang akibat pembelian barang atau jasa secara kredit.

Keterlambatan pembayaran piutang seringkali menjadi penyebab awal dari piutang macet hingga piutang tak tertagih yang dapat merugikan pihak perusahaan. Piutang tak tertagih dapat disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang sering terjadi adalah kesalahan yang dilakukan oleh pihak kreditur seperti kelalaian dalam melakukan pengiriman atas dokumen penagihan menyebabkan pihak debitur tidak mengetahui bahwa piutang sudah waktunya jatuh tempo. Sedangkan faktor eksternal sering terjadi adalah pihak keuangan debitur yang tidak mengecek adanya piutang jatuh tempo dan sering juga belum adanya modal masuk ke perusahaan debitur yang menyebabkan pembayaran diundur kembali.

2. Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Mendeskripsikan fenomena keterlambatan pembayaran dalam transaksi *Business-to-Business (B2B)* dari perspektif etika bisnis. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memberikan pemahaman mendalam tentang kondisi kinerja keuangan perusahaan melalui analisis rasio keuangan yang kemudian diinterpretasikan secara kontekstual (Sugiyono, 2019). Dalam pendekatan deskriptif menggambarkan dan menganalisis praktik keterlambatan pembayaran dalam transaksi *Business-to-Business (B2B)* dari perspektif etika bisnis. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber informasi *online*. Pengumpulan data juga dilakukan melalui *content analysis* terhadap berbagai dokumen digital, artikel, dan publikasi *online* yang relevan.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui penelusuran informasi di berbagai situs web yang relevan dan kredibel. Data tersebut meliputi artikel ilmiah daring, laporan lembaga resmi, publikasi asosiasi bisnis, peraturan terkait praktik bisnis dan keuangan, serta artikel profesional yang membahas etika bisnis, manajemen piutang, dan transaksi *Business-to-Business (B2B)*. Pemilihan sumber dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan kredibilitas penulis, institusi penerbit, serta relevansi isi terhadap topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur berbasis web (*web-based literature study*) dengan cara mengidentifikasi, mengumpulkan, dan mengkaji informasi yang berkaitan dengan prinsip etika bisnis dan pengelolaan piutang dalam transaksi *B2B*. Data yang telah dikumpulkan kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema, seperti bentuk penerapan etika bisnis, faktor penyebab keterlambatan pembayaran, serta strategi pencegahan piutang macet yang berlandaskan nilai etika.

3. Hasil dan Diskusi

Keterlambatan pembayaran dalam transaksi *Business-to-Business (B2B)* sering kali mencerminkan kurangnya penerapan prinsip etika bisnis seperti tanggung jawab, kejujuran, serta keadilan, yang secara langsung merugikan pihak pemasok dan mengganggu stabilitas transaksi (Bertens, 2011). Faktor-faktor seperti pengelolaan keuangan internal yang kurang efektif atau kurangnya komitmen terhadap perjanjian pembayaran dapat menjadi penyebab utama keterlambatan ini.

Penerapan prinsip etika bisnis dalam transaksi *Business to Business (B2B)* memiliki peran strategis dalam mengurangi keterlambatan pembayaran dan risiko piutang macet. Etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pedoman normatif, tetapi juga sebagai instrumen praktis yang memengaruhi perilaku pembayaran dan kualitas hubungan antarperusahaan. Dalam konteks transaksi *B2B*, hubungan jangka panjang yang terbangun menuntut adanya kepercayaan dan komitmen yang kuat, sehingga penerapan nilai-nilai etika menjadi faktor kunci dalam menjaga kepatuhan terhadap kesepakatan pembayaran.

Kelalaian dalam konteks piutang dapat didefinisikan sebagai kegagalan untuk melakukan tindakan yang seharusnya dilakukan dengan tingkat kecermatan dan kehati-hatian yang wajar dalam mengelola kewajiban pembayaran. Menurut (Sari & Budiarto, 2018), kelalaian dalam pengelolaan piutang merupakan bentuk pelanggaran etika bisnis yang dapat dikategorikan sebagai wanprestasi ringan hingga berat, tergantung pada intensitas dan dampak yang ditimbulkan. Kelalaian ini berbeda dengan ketidakmampuan membayar karena masalah likuiditas, karena kelalaian mengindikasikan adanya kemampuan untuk membayar namun tidak dilakukan karena faktor-faktor yang sebenarnya dapat dicegah melalui sistem dan budaya kerja yang lebih baik.

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral yang menjadi pedoman perilaku perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Dalam konteks transaksi *Business to Business (B2B)*, etika bisnis memegang peranan penting karena hubungan yang terjalin bersifat jangka panjang dan didasarkan pada kepercayaan serta komitmen bersama. Penerapan etika bisnis tidak hanya mencerminkan tanggung jawab moral perusahaan, tetapi juga berkontribusi terhadap stabilitas operasional dan kinerja keuangan, khususnya dalam pengelolaan piutang.

Etika bisnis merujuk pada penerapan prinsip-prinsip moral dan standar perilaku yang baik dalam aktivitas bisnis, mencakup kejujuran, integritas, tanggung jawab, transparansi, dan keadilan dalam setiap interaksi bisnis. Menurut (Muslich, 2004) dalam penelitiannya yang dipublikasikan di Jurnal Siasat Bisnis, etika bisnis Islam menekankan pada prinsip kejujuran (*shiddiq*), amanah (dapat dipercaya), *tabligh* (transparansi), dan *fathonah* (profesional) yang dapat diterapkan dalam praktik bisnis modern untuk mencegah praktik-praktik bisnis yang merugikan. Prinsip-prinsip ini sangat relevan dalam mengatasi permasalahan pembayaran dalam transaksi *B2B* karena menekankan pada tanggung jawab moral pelaku bisnis untuk memenuhi kewajibannya.

Prinsip etika bisnis seperti kejujuran dan tanggung jawab berperan besar dalam mengurangi keterlambatan pembayaran. Perusahaan yang menjunjung tinggi kejujuran akan berusaha memenuhi kewajiban pembayaran sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Apabila mengalami kendala keuangan, perusahaan tersebut cenderung menyampaikan kondisi yang sebenarnya kepada mitra bisnis. Sikap ini menunjukkan adanya itikad baik dan membantu mencegah terjadinya konflik yang dapat memperburuk risiko piutang macet.

Kejujuran dan transparansi berkontribusi secara signifikan dalam mencegah terjadinya keterlambatan pembayaran. Perusahaan yang secara jujur menyampaikan kondisi keuangannya kepada mitra bisnis cenderung mampu mengantisipasi potensi masalah pembayaran sejak dini. Transparansi dalam perjanjian kredit, termasuk kejelasan jatuh tempo, mekanisme penagihan, dan konsekuensi keterlambatan, membantu meminimalkan kesalahpahaman yang sering menjadi penyebab piutang bermasalah. Hal ini sejalan dengan temuan berbagai sumber web yang menekankan pentingnya komunikasi terbuka dalam pengelolaan piutang *B2B*.

Kelalaian dalam melakukan pengiriman dokumen penagihan menyebabkan pihak debitur tidak mengetahui bahwa piutang sudah waktunya jatuh tempo, hal ini mencerminkan kurangnya penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam sistem administrasi keuangan (Sari, 2017). Perusahaan yang tidak memiliki sistem pengawasan internal yang kuat cenderung mengalami keterlambatan pembayaran, temuan ini sejalan dengan *Agency Theory* yang menjelaskan bahwa tanpa mekanisme kontrol yang memadai, agent (manajemen pembeli) dapat melakukan tindakan yang menguntungkan diri sendiri dengan mengorbankan principal (*supplier*). Ketidakjelasan struktur tanggung jawab pembayaran dalam organisasi menyebabkan tidak ada pihak yang merasa bertanggung jawab penuh atas penyelesaian kewajiban kepada *supplier*, kondisi ini memperburuk moral hazard dan meningkatkan risiko piutang macet.

Piutang merupakan salah satu aset lancar yang memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan operasional perusahaan, khususnya dalam transaksi *Business to Business (B2B)* yang umumnya menggunakan sistem pembayaran kredit. Dalam praktiknya, piutang timbul sebagai konsekuensi dari penjualan barang atau jasa yang pembayarannya dilakukan tidak secara tunai. Meskipun kebijakan kredit dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas jaringan bisnis, piutang juga mengandung risiko, terutama keterlambatan pembayaran dan terjadinya piutang macet yang berdampak langsung pada likuiditas perusahaan.

Dalam transaksi *B2B*, pengelolaan piutang tidak hanya berkaitan dengan aspek administratif dan keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh perilaku dan komitmen etis para pihak. Keterlambatan pembayaran sering kali terjadi bukan semata-mata karena ketidakmampuan debitur, melainkan akibat rendahnya kesadaran akan tanggung jawab moral untuk memenuhi kewajiban sesuai perjanjian. Kondisi ini menunjukkan bahwa piutang bukan hanya persoalan teknis akuntansi, tetapi juga mencerminkan kualitas hubungan bisnis dan penerapan etika bisnis dalam perusahaan.

(Bertens, 2011) menegaskan bahwa etika bisnis menekankan nilai-nilai moral seperti kejujuran, integritas, keadilan, tanggung jawab, transparansi, dan akuntabilitas dalam hubungan bisnis. Dalam konteks transaksi dan kredit dagang (*trade credit*), etika bisnis menuntut bahwa komitmen pembayaran dipenuhi tepat waktu sebagai bagian dari kewajiban moral dan kepercayaan antar pelaku usaha. Ketika perusahaan memandang komitmen pembayaran bukan hanya sebagai kewajiban kontraktual tetapi juga sebagai tanggung jawab moral, maka tingkat kepatuhan terhadap termin pembayaran cenderung meningkat.

Keterlambatan pembayaran dalam transaksi *Business-to-Business (B2B)* dapat dikurangi secara signifikan ketika perusahaan menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas. Transparansi terlihat dari kemauan perusahaan membuka informasi terkait proses verifikasi *invoice*, alur persetujuan pembayaran, serta kendala administratif yang muncul. Ketika proses ini dikomunikasikan secara jelas, *supplier* dapat menyesuaikan ekspektasi dan meminimalkan potensi piutang tak tertagih.

Risiko piutang macet menjadi semakin besar ketika tidak terdapat transparansi dan komunikasi yang efektif antara perusahaan kreditur dan debitur. Kurangnya keterbukaan terkait kondisi keuangan, perubahan kemampuan bayar, atau ketidaktegasan dalam penagihan dapat memperburuk kualitas piutang. Penerapan prinsip etika bisnis, seperti kejujuran dan itikad baik, berperan penting dalam mencegah akumulasi piutang bermasalah. Dengan komunikasi yang terbuka, perusahaan dapat melakukan langkah antisipatif sebelum piutang berubah menjadi tidak tertagih.

Dari perspektif etika bisnis, penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi terbukti menjadi fondasi penting dalam mengelola hubungan *Business-to-Business (B2B)* yang sehat. Ketika perusahaan memandang komitmen pembayaran bukan hanya sebagai kewajiban kontraktual tetapi juga sebagai tanggung jawab moral, maka tingkat kepatuhan terhadap termin pembayaran cenderung meningkat. Implementasi etika bisnis dalam perusahaan memberikan manfaat penting dalam beberapa aspek, termasuk peningkatan citra perusahaan di masyarakat serta membantu perusahaan menjaga hubungan yang baik dengan mitra bisnis, karyawan, dan pemegang saham (Widiyawati, 2023).

Piutang macet umumnya terjadi pada perusahaan yang mengabaikan kewajiban pembayaran dan tidak menjunjung tinggi keadilan dalam hubungan bisnis. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa *supplier* sering kali dirugikan akibat tidak adanya kejelasan dari *buyer* mengenai kapan pelunasan akan dilakukan. Ketidakjelasan ini merupakan bentuk pelanggaran prinsip *fairness* dan *integrity*, sehingga membahayakan keberlangsungan hubungan bisnis. *Stakeholder Theory* menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk *supplier* yang menyediakan barang atau jasa (Hakki, 2024). Dengan mengadopsi etika bisnis dan kesadaran *stakeholder*, perusahaan akan lebih mempertimbangkan dampak keterlambatan pembayaran terhadap *supplier*, baik dari sisi keuangan maupun reputasi.

Perusahaan yang menerapkan etika bisnis berbasis *stakeholder theory* akan memprioritaskan pembayaran kepada *supplier* sebagai bentuk tanggung jawab sosial, mempertimbangkan dampak keterlambatan terhadap kelangsungan usaha *supplier*, membangun mekanisme dialog dan negosiasi yang adil bila terjadi kendala, serta menjaga reputasi sebagai mitra bisnis yang dapat dipercaya. Penerapan etika bisnis yang baik dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat, mengurangi konflik kepentingan, dan memperkuat kolaborasi dengan mitra bisnis (Widiyawati, 2023). Dalam konteks *Agency Theory*, keterlambatan pembayaran dapat dipahami sebagai bentuk moral *hazard* dimana perusahaan pembeli memanfaatkan asimetri informasi dan posisi tawarnya untuk menunda kewajiban kepada *supplier*. Penerapan prinsip etika bisnis membantu meminimalkan moral *hazard* dengan cara menciptakan mekanisme transparansi dalam pelaporan kondisi keuangan, membangun sistem akuntabilitas yang jelas dalam proses pembayaran, menetapkan sanksi reputasional bagi pelaku yang melanggar komitmen, serta mendorong pengawasan dan monitoring yang lebih ketat. Studi mengenai hukum bisnis dan etika bisnis di Indonesia menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal, serta kesadaran hukum sangat mempengaruhi pelaksanaan praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab (Sari & Mubarak, 2023).

Stakeholder Theory menjadi kerangka penting dalam memahami mengapa etika bisnis berperan krusial dalam mengatasi keterlambatan pembayaran. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk *supplier* yang menyediakan barang atau jasa (Hakki, 2024). Dalam transaksi *B2B*, *supplier* adalah *stakeholder* yang penting, dengan mengadopsi etika bisnis dan kesadaran *stakeholder*, perusahaan akan lebih mempertimbangkan dampak keterlambatan pembayaran terhadap *supplier*, baik dari sisi keuangan maupun reputasi. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis berbasis *stakeholder theory* akan memprioritaskan pembayaran kepada *supplier* sebagai bentuk tanggung jawab sosial, mempertimbangkan dampak keterlambatan terhadap kelangsungan usaha *supplier*, membangun mekanisme dialog dan negosiasi yang adil bila terjadi kendala, serta menjaga reputasi sebagai mitra bisnis yang dapat dipercaya.

Dalam transaksi *B2B*, *supplier* adalah *stakeholder* yang penting. Dengan mengadopsi etika bisnis dan kesadaran *stakeholder*, perusahaan akan lebih mempertimbangkan dampak keterlambatan pembayaran terhadap *supplier*, baik dari sisi keuangan maupun reputasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa piutang macet umumnya terjadi pada perusahaan yang mengabaikan kewajiban pembayaran dan tidak menjunjung tinggi keadilan dalam hubungan bisnis. *Supplier* sering kali dirugikan akibat tidak adanya kejelasan dari *buyer* mengenai kapan pelunasan akan dilakukan. Ketidakjelasan ini merupakan bentuk pelanggaran prinsip *fairness* dan *integrity*, sehingga membahayakan keberlangsungan hubungan bisnis.

Studi oleh (S. Fei, 2021) menunjukkan bahwa manajemen etis dalam perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap *trust* dan *relationship commitment* dalam konteks *Business-to-Business (B2B)*. *Trust* dan komitmen yang kuat mendorong perusahaan untuk memenuhi kewajiban pembayaran tepat waktu, menghargai reputasi, kemitraan jangka panjang, dan hubungan yang saling menguntungkan. Dari perspektif manajemen piutang, *trade credit* memberikan fleksibilitas likuiditas, tetapi juga membawa risiko keterlambatan atau gagal bayar (San-Jose, 2017). Oleh karena itu, manajemen piutang yang efektif, termasuk kebijakan kredit yang jelas, penagihan yang konsisten, dan evaluasi risiko kredit, menjadi sangat penting untuk meminimalkan potensi piutang macet.

Penundaan pembayaran yang melanggar kesepakatan dapat dianggap sebagai pelanggaran etis terhadap *supplier*, yang berdampak negatif pada niat *supplier* untuk melanjutkan kerja sama (Daniel Prajogo, 2024). Dengan demikian, penerapan etika dalam manajemen *trade credit* bukan hanya soal keuangan, tetapi juga soal tanggung jawab moral untuk menjaga keberlangsungan rantai pasokan dan hubungan bisnis yang sehat. Penggabungan kebijakan kredit yang disiplin dan penerapan prinsip etika bisnis terbukti menjadi strategi paling efektif dalam menjaga kesehatan arus kas dan hubungan *Business-to-Business (B2B)*. *Supplier* juga diuntungkan

karena memiliki kepastian penerimaan kas, sementara *buyer* mendapatkan reputasi positif sebagai mitra bisnis yang dapat dipercaya.

Agency Theory membahas hubungan antara pihak pemberi amanah (principal) dan pihak pelaksana/manajemen (agent), serta permasalahan asimetri informasi dan moral hazard ketika agent memiliki insentif untuk menunda kewajiban terhadap principal (BINUS, 2021). Dalam konteks pembayaran piutang *B2B*, teori ini sangat relevan karena menunjukkan bagaimana ketidakpatuhan terhadap termin pembayaran bisa muncul akibat konflik kepentingan.

Dalam konteks *Agency Theory*, keterlambatan pembayaran dapat dipahami sebagai bentuk moral hazard dimana perusahaan pembeli memanfaatkan asimetri informasi dan posisi tawarnya untuk menunda kewajiban kepada *supplier*. Penerapan prinsip etika bisnis membantu meminimalkan moral hazard dengan cara menciptakan mekanisme transparansi dalam pelaporan kondisi keuangan, membangun sistem akuntabilitas yang jelas dalam proses pembayaran, menetapkan sanksi reputasional bagi pelaku yang melanggar komitmen, serta mendorong pengawasan dan monitoring yang lebih ketat. Studi mengenai hukum bisnis dan etika bisnis di Indonesia menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal, serta kesadaran hukum sangat mempengaruhi pelaksanaan praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab (Sari & Mubarak, 2023).

Keterlambatan pembayaran dapat dipahami sebagai bentuk moral hazard dimana perusahaan pembeli memanfaatkan asimetri informasi dan posisi tawarnya untuk menunda kewajiban kepada *supplier*. Perusahaan sebagai "agent" mungkin menunda pembayaran untuk tujuan likuiditas jangka pendek, mengorbankan *supplier* (principal dalam hubungan kredit). Hal ini mencerminkan lemahnya tata kelola internal, rendahnya akuntabilitas, dan adanya moral hazard dari pihak pembeli.

Dampak dari keterlambatan pembayaran menimbulkan efek domino yang signifikan bagi kedua belah pihak. Bagi kreditor, keterlambatan pembayaran menyebabkan gangguan arus kas yang serius, meningkatkan biaya operasional untuk penagihan, menurunkan profitabilitas perusahaan, dan berpotensi mengganggu operasional bisnis secara keseluruhan. Sementara bagi debitor, keterlambatan pembayaran merusak reputasi bisnis di mata mitra usaha, mengurangi tingkat kepercayaan dalam ekosistem bisnis, membatasi akses terhadap fasilitas kredit di masa depan, dan dapat berujung pada sanksi hukum yang merugikan. Penelitian (Rahmawati & Puspitasari, 2017) dalam Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan menunjukkan bahwa penerapan good corporate governance yang mencerminkan etika bisnis berpengaruh positif terhadap kualitas manajemen piutang perusahaan.

Studi mengenai hukum bisnis dan etika bisnis di Indonesia menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal, serta kesadaran hukum sangat mempengaruhi pelaksanaan praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Dengan menguatkan mekanisme transparansi, pengawasan internal, dan komunikasi yang jelas dengan *supplier*, perusahaan dapat mengurangi potensi terjadinya piutang macet.

Prinsip integritas dan komitmen terhadap perjanjian bisnis menuntut kedua belah pihak untuk menepati janji dan kesepakatan yang telah dibuat. Integritas berarti melakukan hal yang benar meskipun tidak ada yang mengawasi, termasuk membayar tepat waktu sesuai kesepakatan meskipun tidak ada sanksi tegas. Komitmen terhadap perjanjian menunjukkan profesionalisme dan rasa hormat terhadap mitra bisnis, yang pada gilirannya akan memperkuat hubungan jangka panjang. (Widodo, 2019) dalam Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan mengemukakan bahwa budaya organisasi yang menekankan integritas dan etika kerja berkorelasi positif dengan kedisiplinan pembayaran dan rendahnya tingkat piutang macet dalam perusahaan.

Keadilan dalam penetapan kebijakan kredit dan penagihan menjadi aspek penting dalam etika bisnis *B2B*. Kebijakan kredit harus adil dan tidak diskriminatif, memberikan perlakuan yang sama kepada seluruh mitra bisnis dengan kriteria yang objektif. Term of payment harus mempertimbangkan karakteristik industri dan siklus bisnis debitor, sehingga tidak memberatkan satu pihak secara tidak proporsional. Dalam proses penagihan, pendekatan persuasif dan komunikatif lebih diutamakan daripada cara-cara yang keras atau mengancam, kecuali sebagai upaya terakhir. Menurut (Sutrisno, 2018) dalam penelitiannya di Jurnal Ekonomi Bisnis, perusahaan yang menerapkan kebijakan kredit berdasarkan prinsip keadilan dan kemitraan memiliki tingkat kolektibilitas piutang yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang menerapkan kebijakan yang rigid dan transaksional.

Tantangan dalam mengatasi kelalaian pembayaran memang tidak mudah dan memerlukan komitmen jangka panjang. Resistensi terhadap perubahan dari karyawan yang sudah terbiasa dengan cara kerja lama seringkali menjadi hambatan awal, investasi yang cukup besar untuk sistem dan teknologi yang memadai dapat menjadi beban terutama untuk perusahaan kecil dan menengah, kompleksitas koordinasi antar departemen dengan kepentingan yang berbeda memerlukan kepemimpinan yang kuat, serta perubahan budaya organisasi yang memerlukan waktu dan konsistensi dari leadership. Namun demikian, biaya untuk mengatasi kelalaian jauh lebih kecil dibandingkan kerugian yang ditimbulkan oleh kelalaian itu sendiri dalam jangka panjang.

Implementasi prinsip etika bisnis dalam praktik memerlukan strategi konkret yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Pertama, penyusunan kontrak yang jelas dan etis sangat penting, dengan mencantumkan secara detail hak dan kewajiban kedua belah pihak, jadwal pembayaran yang realistis, konsekuensi keterlambatan yang adil dan proporsional, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang win-win solution. Kontrak yang baik tidak hanya melindungi kepentingan satu pihak, tetapi mencerminkan keseimbangan dan keadilan bagi semua pihak yang terlibat. Kedua, sistem monitoring dan komunikasi yang efektif perlu dibangun, seperti pengingat pembayaran secara berkala yang sopan, saluran komunikasi yang mudah diakses untuk diskusi masalah pembayaran, dan pertemuan rutin untuk evaluasi hubungan bisnis dan pembayaran.

Trust and Commitment Theory memberikan perspektif penting tentang bagaimana etika bisnis mempengaruhi stabilitas hubungan B2B. Studi oleh (S. Fei, 2021) menunjukkan bahwa manajemen etis dalam perusahaan (ethical management) memiliki pengaruh positif terhadap trust dan relationship commitment dalam konteks B2B. Trust dan komitmen yang kuat mendorong perusahaan untuk memenuhi kewajiban pembayaran tepat waktu, menghargai reputasi dan kemitraan jangka panjang, serta membangun hubungan yang saling menguntungkan (mutually beneficial relationship). Penelitian membuktikan hubungan kausal antara ethical management dan trust-commitment dalam B2B, dimana perusahaan dengan ethical management yang kuat menunjukkan tingkat trust yang lebih tinggi dari *supplier*, trust yang tinggi menciptakan commitment untuk relationship jangka panjang, dan commitment ini mendorong buyer untuk memprioritaskan pembayaran tepat waktu demi menjaga relationship. Teori ini mendemonstrasikan bahwa etika bisnis tidak hanya norma moral, tetapi juga fondasi hubungan bisnis yang stabil dan berkelanjutan, ketika trust dan komitmen terbentuk, perusahaan akan lebih menghargai reputasi mereka dan memandang pembayaran tepat waktu sebagai investasi dalam hubungan jangka panjang (S. Fei, 2021).

(San-Jose, 2017) dalam penelitiannya "On the Ethics of Trade credit" menekankan bahwa praktik kredit dagang (*trade credit*) bukan semata-mata fasilitas finansial atau strategi likuiditas, tetapi juga mencerminkan janji moral antar perusahaan. *Trade credit* memberikan fleksibilitas likuiditas, tetapi juga membawa risiko keterlambatan atau gagal bayar. Penundaan pembayaran yang melebihi "standar wajar" dapat dianggap pelanggaran etis terhadap *supplier*, terutama bila *supplier* adalah perusahaan kecil yang rentan. Penundaan pembayaran terutama oleh perusahaan besar terhadap perusahaan kecil bisa menyebabkan kerugian finansial serius bagi *supplier*, bahkan kebangkrutan. Credit Risk Theory relevan untuk menjelaskan bagaimana *supplier* perlu mengevaluasi reputasi, track record payment, dan risiko moral hazard dari buyer sebelum memberikan credit term. Jika prinsip etika diabaikan dan risiko tidak di-manage, potensi piutang macet meningkat.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan prinsip etika bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam mengurangi keterlambatan pembayaran dan meminimalkan risiko piutang macet pada transaksi *Business to Business (B2B)*. Nilai-nilai etis seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, transparansi, dan integritas terbukti menjadi fondasi yang memperkuat kepatuhan perusahaan terhadap komitmen pembayaran. Ketika perusahaan menjadikan etika sebagai pedoman operasional, proses transaksi berjalan lebih tertib, hubungan antar pelaku usaha menjadi lebih stabil, serta potensi konflik dan risiko kredit dapat ditekan.

Keterlambatan pembayaran dalam praktiknya banyak dipengaruhi oleh lemahnya tata kelola internal, rendahnya akuntabilitas, dan adanya moral hazard dari pihak pembeli. Kondisi ini menunjukkan bahwa masalah finansial dalam *Business-to-Business (B2B)* tidak hanya berkaitan dengan kemampuan bayar, tetapi juga sikap dan kepatuhan terhadap nilai moral dalam menjalankan tanggung jawab bisnis. Dengan menguatkan mekanisme transparansi, pengawasan internal, dan komunikasi yang jelas dengan *supplier*, perusahaan dapat mengurangi potensi terjadinya piutang macet.

Dari perspektif teori, *stakeholder theory* dan *Agency theory* memperlihatkan bahwa perilaku pembayaran mencerminkan bagaimana perusahaan menghargai para pemangku kepentingannya. *Supplier* sebagai pihak yang berperan penting dalam kontinuitas operasi berhak mendapatkan perlakuan yang adil melalui pelaksanaan

kewajiban pembayaran tepat waktu. Sementara dari sisi hubungan bisnis, keberadaan *trust* dan komitmen menjadi faktor penentu terciptanya hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Penerapan etika bisnis terbukti memperkuat kedua aspek tersebut.

Implementasi prinsip etika bisnis dalam praktik memerlukan strategi konkret dan komprehensif yang dapat diterapkan oleh perusahaan, meliputi penyusunan kontrak yang jelas dan etis dengan mencantumkan detail hak dan kewajiban kedua belah pihak, pembangunan sistem monitoring dan komunikasi yang efektif dengan reminder pembayaran yang konsisten, pengembangan budaya organisasi yang menekankan tanggung jawab dan profesionalisme melalui sosialisasi dan pelatihan berkala, serta penguatan sistem tata kelola perusahaan (*corporate governance*) dengan pemisahan fungsi yang jelas dan audit internal yang berkala. Penerapan *good corporate governance* yang mencerminkan etika bisnis terbukti berpengaruh positif terhadap kualitas manajemen piutang perusahaan.

Tantangan dalam implementasi etika bisnis untuk mengatasi keterlambatan pembayaran memang tidak mudah dan memerlukan komitmen jangka panjang dari seluruh tingkat organisasi. Resistensi terhadap perubahan dari karyawan yang sudah terbiasa dengan cara kerja lama, investasi yang cukup besar untuk sistem dan teknologi yang memadai, kompleksitas koordinasi antar departemen dengan kepentingan yang berbeda, serta perubahan budaya organisasi yang memerlukan waktu dan konsistensi dari leadership merupakan hambatan-hambatan yang harus dihadapi. Namun demikian, biaya untuk mengatasi kelalaian dan membangun sistem yang beretika jauh lebih kecil dibandingkan kerugian yang ditimbulkan oleh kelalaian, piutang macet, dan rusaknya reputasi bisnis dalam jangka panjang.

Referensi

1. Bertens, K. (2011). *Etika*. Yogyakarta: Kanisius.
2. BINUS, U. (2021, 12 4). *BINUS University*. Retrieved from BINUS University: <https://accounting.binus.ac.id/2021/12/04/Agency-theory-dalam-dunia-industri-dan-akuntansi/>
3. Daniel Prajogo, B. C. (2024). The Effect of Customers' Unethical Practices on Suppliers' Intention to Continue Their Relationships. *Journal of Business Ethics*, Vol. 197, 523-540.
4. Hakki, T. W. (2024). Peran Pemoderasi Corporate Business Risk Terhadap Hubungan CSR Disclosure, Integrated Reporting, Dan Corporate Reputation. *Owner*, 2-3.
5. Muslich, M. (2004). Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif. *Jurnal Siasat Bisnis*.
6. Permada, W. &. (2025). Peran Etika Bisnis dalam Moderasi Pengaruh Penerapan PPN terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan B2B. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak (JIEAP)*, 241-253.
7. Rahmawati, D., & Puspitasari, E. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Piutang dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*.
8. S. Fei, C. K. (2021). The Role of Corporate Ethical Management on Trade Relationship Trust and Commitment: B2B. *Sustainability*.
9. San-Jose, C. J. (2017). On the Ethics of Trade credit: Understanding Good Payment Practice in the Supply Chain. *Journal of Business Ethics*, 673–685.
10. Sari, D. P., & Budiarto, W. (2018). Kelalaian dalam Pengelolaan Piutang sebagai Pelanggaran Etika Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
11. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
12. Sutrisno, H. (2018). Analisis Penerapan Kebijakan Kredit Berbasis Kemitraan dalam Meningkatkan Kolektibilitas Piutang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
13. Widiyawati. (2023). Analisis Peranan Penting Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis. *Mimbar Administrasi (Jurnal Ilmiah Administrasi dan Manajemen)*.
14. Widodo, S. (2019). Hubungan Integritas dan Etika Bisnis dengan Kedisiplinan Pembayaran dalam Transaksi Business to Business. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
15. Wilson, N. &. (2002). On the Ethics of Trade credit: Understanding Good Payment Practice in the Supply Chain. *Journal of Business Ethics*, 317–351.