# RUANG LINGKUP ETIKA, DAN ETIKA BISNIS

## Pengertian Etika

### Etika mempunyai dua makna yaitu:

1. Etika berasal dari bahasa Yunani, ethos (tunggal) atau ta etha (jamak) yang berarti watak, kebiasaan dan adat istiadat. Pengertian ini berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun suatu masyarakat yang diwariskan dari satu generasi ke generasi yang lain.

- Pengertian etika yang pertama, indentik denganpengertian moralitas.
- Moralitas berasal dari bahasa latin, mos (tunggal) atau mores (jamak) yang berarti adat istiadat atau kebiasaan.
- Jadi etika dan moralitas mempunyai arti yang sama sebagai sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konstan dan terulang dalam kurun waktu sehingga menjadi sebuah kebiasaan.



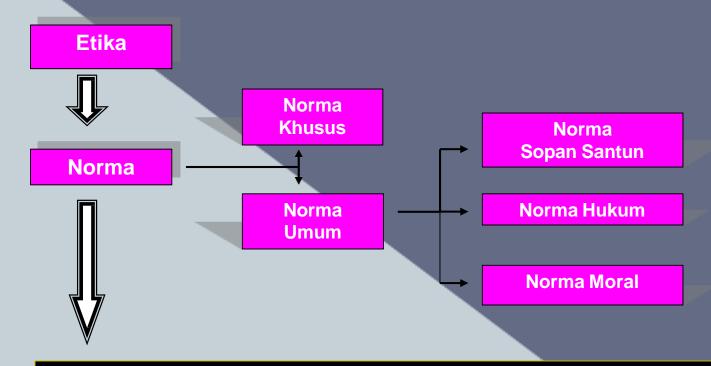
2. Pengertian etika yang kedua berbeda dengan moralitas. Etika dalam pengertian kedua ini dipahami sebagai filsafat moral atau ilmu yang menekankan pada pendekatan kritis dalam melihat dan memahami nilai dan norma moral serta permasalahan-permasalahan moral yang timbul dalam kehidupan bermasyarakat.

Pengertian etika kedua, berbeda dengan yang pertama karena tidak berisikan nilai dan norma-norma kongkret yang menjadi pedoman hidup manusia.

## **Pengertian Moralitas**

- \*Moralitas adalah pedoman yang dimiliki individu atau kelempek mengenai apa yang benar dan salah berdasarkan standar moral.
- Standar-moral ialah standar yang berkaitan dengan persealan yang dianggap mempunyai konsekuensi serius, didasarkan pada penalaran yang baik bukan eteritas kekuasaan, melebihi kepentingan sendiri, tidak memihak dan pelanggarannya sesiasikan dengan perasaan bersalah, malu, menyesal, dll.

## Tujuan Etika dan Norma



- Mengarahkan perkembangan masyarakat menuju suasana yang harmonis, tertib, teratur, damai dan sejahtera.
- Mengajak orang bersikap kritis dan rasional dalam mengambil keputusan secara otonom

## Macam-macam Norma

- Norma diartikan sebagai kaidah atau pedoman untuk melakukan sesuatu.
- Secara umum, norma dibagi menjadi 2 yaitu norma khusus dan norma umum
  - 1. Norma khusus adalah aturan yang berlaku dalam bidang kegiatan tertentu atau khusus, ex: aturan olahraga, aturan kuliah,dll
  - 2. Norma umum adalah aturan yang bersifat umum dan universal. Norma umum dibagi menjadi 3 yaitu norma sopan santun, norma hukum dan norma moral.

#### Lanjutan pengertian norma .....

- Norma sopan santun atau norma etiket adalah norma yang mengatur pola perilaku dan sikap lahiriah manusia.
   Misal: mengatur perilaku pergaulan, bertamu, minum,makan, berpakaian, dll.
- Norma hukum merupakan norma biasanya dikodifikasikan dalam bentuk aturan tertulis sebagai pegangan bagi masyarakat untuk berperilaku yang baik maupun sebagai pedoman untuk menjatuhkan hukuman bagi pelanggarnya. Misal: UUD 1945, PP, Ttap MPR, Keppres, KUHP, dll

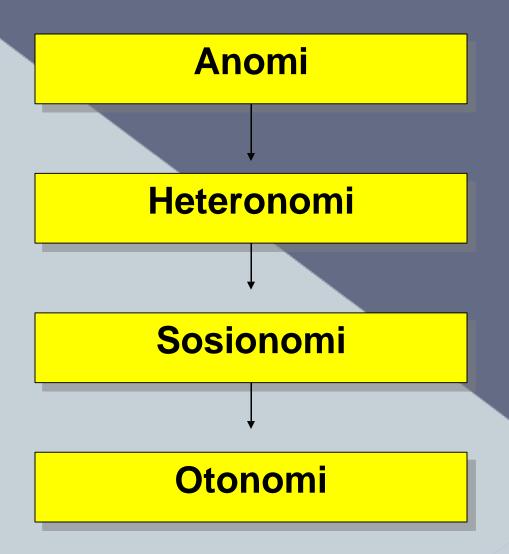
#### Lanjutan pengertian norma .....

 Norma moral adalah norma yang bersumber dari hati nurani (conscience), menjadi tolak ukur yang dipakai oleh masyarakt dalam menentukan baik buruknya tindakan manusia sebagai anggota masyarat atau sebagai orang dengan jabatan atau profesi tertentu.

#### Perbedaan Norma Moral dan Norma Hukum

- Norma moral berkaitan dengan hal-hal yang mempunyai kensekuensi serius bagi kesajahteraan, kebaikan dan kehidupan manusia.
- 2. Norma moral tidak ditetapkan dan diubah oleh keputusan penguasa tertentu.
- 3. Norma moral selalu menyangkut sebuah perasaan moral (moral sense) tertentu, seperti malu, menyesal, bersalah, dll.

## Perkembangan Sikap Moral



- \*Anomi, terjadi pada masa anak anak yang belum mengenal moral dan tidak peduli pada yang lain.
  - Heteronomi, merupakan sikap moral individu yang tergantung pada figur otoriter seperti orang tua atau guru
     Sosionomi, merupakan sikap moral
- individu yangbergantung pada kelompok referensinya.
  - Otonomi, merupakan sikap moral yang tertinggi dimana individu mengambil keputusan moral sendiri dan tidak tergantung pada orang lain

## Teori - Teori Etika

1. Etika Deontologi, berasal dari kata Yunani deon yang berarti kewajiban. Etika deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Menurut teori ini tindakan dikatakan baik bukan karena tindakan itu mendatangkan akibat baik, melainkan berdasarkan tindakan sendiri sebagai baik pada dirinya sendiri.

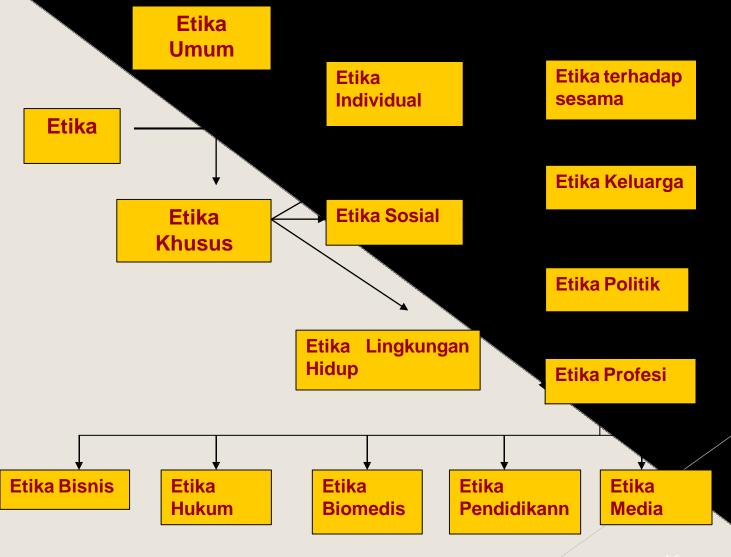
Contoh: manusia beribadah kepada Tuhan karena sudah merupakan kewajiban manusia untuk menyembah Tuhannya, bukan karena perbuatan tersebut akan mendapatkan pahala.



- 2. Etika Teleologi, berasal dari kata Yunani *telos* yang berarti tujuan, sasaran, akibat dan hasil. Menurut teori ini, suatu tindakan dikatakan baik jika tujuannya baik dan membawa akibat yang baik dan berguna.
  - Dari sudup pandang "apa tujuannya", etika teleologi dibedakan menjadi dua yaitu:
    - a. Teleologi Hedonisme (hedone= kenikmatan) yaitu tindakan yant bertujuan untukmencari kenikmatan dan kesenangan.
    - b. Teleologi Eudamonisme (eudamonia=kebahagiaan)
      yaitu tindakan yang bertujuan mencari kebahagiaan
      hakiki.

- Dari sudut pandang "untuk siapa tujuannya"
   etika teleologi dibedakan menjadi dua yattu:
  - a. Egoisme Etis, yaitu tindakan yang pada dasarnya bertujuan untuk mengejar kepentingan pribadi dan memajukan dirinnya sendiri.
  - b. Utilitarianisme, yaitu tindakan yang berguna dan membawa manfaat bagi semua pihak.

## Klasifikasi Etika



Etika Khusus dianggap sebagai Etika Terapan.

karena

aturan normatif yang bersifat umum diterapkan secara khusus dalam kegiatan tertentu.

## **Etika** Terapan – Etika Bisnis.

 Etika Bisnis merupakan salah satu bentuk dari Etika Terapan.

 Dalam Etika Bisnis diterapkan secara khusus prinsip-prinsip dan norma-norma moral di bidang bisnis.

## Beberapa prinsip Etika Bisnis

- 1. otonomi;
- kejujuran;
- 3. keadilan;
- 4. saling menguntungkan,
- 5. integritas moral.

Prinsip Otonomi

sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri. Prinsip Kejujuran

- kejujuran dalam memenuhi syaratsyarat perjanjian,
- kejujuran dalam penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding,
- kejujuran dalam hubungan kerja intern,

Prinsip Keadilan

 memperlakukan setiap orang sesuai dengan haknya masing-masing,

baik dalam relasi eksternal maupun internal perusahaan.

● Paham Tradisional → Keadilan

## 1. Keadilan Legal

- Menyangkut hubungan antara individu/kelompok masyarakat dengan negara.
- → Hubungan vertikal.

• Dasar moral:

- semua orang mempunyai harkat dan martabat yg sama.
- ₂ semua warga negara → status dan kedudukan yg sama

- Prinsip dasar → konsekuensi legal dan moral:
- 1. perlindungan hukum yang sama;
- 2.tidak ada yang diperlakukan istimewa oleh hukum dan negara;
- 3.produk hukum tidak boleh demi kepentingan orang atau kelompok tertentu;
- 4. ketaatan yang sama dari semua warga,

#### 

- mengatur hubungan yang adil antara orang yang satu dengan orang yg lain.
- > Hubungan horisontal

interaksi sosial sosial antara warga yg satu dengan lainnya, tidak boleh ada yang dirugikan.

Relasi bisnis harus setara.

3. Keadilan Distributif (keadilan ekonomi)

 distribusi ekonomi yg merata dan yang dianggap adil oleh semua warga negara. Keadilan Distributif -> tidak mengakui prinsip sama rata dlm pembagian kekayaan ekonomi.

 Pembagian kekayaan ekonomi sesuai dengan haknya masing-masing. ● Prinsip Saling Menguntungkan →

 bisnis dijalankan sedemikian rupa agar semua pihak menikmati keuntungan. ● Integritas Moral →

tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis

Etika Bisnis

odalam

Hubungan Kerja

OHubungan kerja sebagai suatu relasi internal dalam suatu perusahaan harus diberlakukan prinsip Etika Bisnis yang ketiga yaitu prinsip keadilan.

- Adam Smith
- menganggap prinsip keadilan sebagai prinsip yang paling pokok.
- oprinsip paling pokok dari keadilan adalah prinsip no harm (tidak merugikan hak dan kepentingan orang lain).

- Prinsip no harm,merupakan rumusan lain dari
- The Golden Rules (Kaidah Emas) γaitu:

"Perlakukan orang lain sebagaimana anda ingin diperlakukan, dan jangan lakukan pada orang lain apa yang anda sendiri tidak ingin diperlakukan

## **Daftar Pustaka**

- 1. Keraf, A. Sonny. 1998. Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya. Yogyakarta: Kanisius
- 2. Muslich. 1998. Etika Bisnis, Pendekatan Substantif dan Fungsional. Yogyakarta: Ekonisia
- 3. Velasquez, M.G. 2002. Business Ethics: Concepts and Cases (5<sup>th</sup> ed). Upper Saddle River NY: Prentice-Hall

# ETIKA BISNIS

Pendekatan & Prinsip Bisnis. Peran dan Manfaat Etika Bisnis

### **APA ITU BISNIS?**

- Kata Bisnis secara historis berasal dari bahasa Inggris yaitu "business", yang berasal dari kata dasar busy yang berarti sibuk. Atau dapat juga diartikan sebagai beragam "kegiatan".
- Pada abad ke-18, pemahaman kata bisnis diperluas menjadi sebagai "segala usaha dagang seseorang".
- Secara umum, kata bisnis juga diberi makna sebagai "rangkaian aktivitas komersial".
- Bisnis adalah kegiatan ekonomi atau ekonomi adalah kegiatan bisnis.
- Bisnis adalah keuntungan (Bertens, 2003).

### PRINSIP BISNIS

- Prinsip dari suatu kegiatan bisnis adalah pertukaran.
- Sedangkan segala sesuatu yang dipertukarkan tidak menjadi masalah, dapat berupa benda bernyawa atau tidak bernyawa.
- Jadi, Pebisnis melakukan segala sesuatu terkait bisnis untuk meraih keuntungan.
- Dan sebagai manusia, Pebisnis memiliki sifat yang tidak selalu puas, mencari kebebasan berinisiatif dalam menggagas bisnis dalam upaya profit (keuntungan) sehingga akan terus menerus berusaha untuk mencari keuntungan.

### SYARAT KEBEBASAN BERBISNIS

- Salahsatu prasyarat dari kebebasan bisnis atau berbisnis adalah rule of law; dimanapun, suatu negara harus diatur oleh hukum dan peraturan (Keith Charles Culver; edt; 1999) dan pebisnis sebagai bagian anggota masyarakat tentunya harus memahami dan mengikuti peraturan tersebut.
- Aturan hukum memerlukan keberadaan pemahaman bersama dari komunitas tentang nilai-nilai dan norma etika.
- Tanpa adanya konsep sosial tentang keadilan dan kebebasan berbisnis yang dipahami secara meluas maka negara atau sekelompok orang yang berkuasa dapat membahayakan hak-hak masyarakat luas atau bahkan menimbulkan pertentangan dan konflik antar kelompok.

#### **SIFAT BISNIS**

- 1. Paham UNITARIAN: nilai-nilai moral yang bersifat universal harus tercermin dalam praktik dunia bisnis;
- 2. Paham SEPARATIS: lingkungan fungsional dalam bidang ekonomi dan politik relatif bersifat otonom dengan didasari oleh logika, prosedur dan aturan tersendiri yang terpisah dari aturan kehidupan pribadi di keluarga dan masyarakat;
- 3. Paham INTEGRASI, kegiatan bisnis tidak semata memiliki logika pokok untuk memaksimalkan keuntungan, tetapi juga merupakan bagian masyarakat & diawasi oleh tuntunan moral masyarakat: Dan masyarakat memiliki cara mempengaruhi dunia bisnis melalui peraturan, hukum dan mekanisme pasar
  - 4. (Steiner dan Steiner, 2006).\

### **Prinsip-prinsip Profesi Pebisnis**

1. Prinsip otonomi.

- 2. Prinsip kejujuran
- 3. Prinsip keadilan
- 4. Prinsip saling menguntungkan (mutual benefit principle).
- 5. Integritas moral
- 6. Tanggungjawab

# 1. Prinsip Otonomi

 Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan & bertindak berdasar kesadaran sendiri tentang apa yang dianggap baik utk dilakukan.

# 2. Prinsip Kejujuran

- Jujur dalam memenuhi syarat-syarat perjanjian kontrak
- Jujur dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding
- Jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan
  - Prinsip ini paling problematik karena masih banyak pelaku bisnis yang mendasarkan bisnisnya pada tipu-menipu atau tindakan curang (entah karena situasi eksternal tertentu atau karena dasarnya memang mereka suka tipu-menipu)

# 3. Prinsip Keadilan

- Menuntut agar tiap orang diperlakukan sama, sesuai dengan aturan yang adil & sesuai dengan kriteria rasional objektif & dapat dipertanggungjawabkan
  - Menuntut agar tiap orang dalam kegiatan bisnis, dalam relasi eksternal atau internal perusahaan perlu diperlakukan sesuai dengan hak masing-masing.
    - Menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

# 4. Prinsip Saling Menguntungkan

- Menuntut agar bisnis menguntungkan semua pihak.
- Mengakomodasi hakikat & tujuan bisnis.
   Anda ingin untung & saya pun ingin untung, bisnis dijalankan dengan prinsip saling menguntungkan
- Menuntut agar persaingan bisnis, yang kompetitif, melahirkan suatu win-win solution.
  - Produsen ingin untung dan konsumen ingin mendapat barang dan jasa yang memuaskan (menguntungkan dalam bentuk harga & kualitas yang baik).

# 5. Prinsip Integritas Moral

Prinsip ini terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan, orang-orangnya maupun perusahaan.

SE TOP IN THE TOP TO SEE AND SEE

# 6. Prinsip Tanggungjawab

- 1. Tanggungjawab mengandaikan bahwa suatu tindakan dilakukan dengan sadar & tahu.
  - Tanggungjawab seseorang hanya dpt dituntut kalau ia bertindak sadar & tahu tentang konsekuensi tindakannya
- 2. Tanggungjawab mengandaikan kebebasan
  - Tanggungjawab hanya mungkin relevan dituntut dari seseorang, kalau tindakannya itu dilakukan secara bebas.
- 3. Tanggungjawab mensyaratkan bahwa orang yang melakukan tindakan tertentu memang mau & bersedia melakukan tindakan itu
  - 4. (Syarat ini relevan dgn syarat 1&2)

## MENGAPA PEBISNIS MELAKUKAN TINDAKAN BISNIS TAK BERETIKA

- 1. Orang akan berbuat apa saja yang dirasakan paling leluasa untuk dilakukan: Ketika dihadapkan pada dilema etika berarti berhadapan dengan pilihan yang tidak selalu menyenangkan dihubungkan dengan prinsip atau praktik moralitas; Lalu apa yang akan dibuat dan dapatkah melakukan hal yang benar?
- 2. Orang akan berbuat apa saja demi suatu kemenangan: Pada dasarnya, setiap manusia tidak suka jika "kalah" & "dikalahkan".
  - Untuk Pebisnis, kemenangan adalah prestasi, kesuksesan, dan kemenangan adalah rupiah atau \$\$\$\$.
  - Mereka percaya bahwa mengikuti etika secara absolut (100%) akan membatasi peluang sukses dan meraih kemenangan dalam persaingan bisnis. Karena itu banyak Pebisnis (terpaksa) menghalalkan segala cara (suap, sogok, kolusi) dalam memenangkan suatu tender proyek.

- 3. Orang akan selalu merasionalisasikan pilihan-pilihan bertindak menurut paham relatif terutama ketika menghadapi situasi dimana makna "benar" dinafikan berbeda oleh pihak lain.
  - Dan ini terkait dengan iklim bisnis di suatu masyarakat atau negara. Jika praktik suap, korupsi masih menjadi "dewa" dalam menggoalkan suatu bisnis (proyek, tender, dll) maka secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku Pebisnis.
  - Disini akan berlaku prinsip take it or leave it.
     Repotnya masih lebih banyak orang yang bersedia memilih take it dengan mengorbankan prinsip moral dan etika.

membuat bisnis seperti medan perang.

John Rodes menggambarkan mereka sebagai orang yang tidak alamiah, yang bahkan disamakan dengan monster yang sangat kejam dan tidak memiliki tanggungajwab sosial. Konsep Tanggungjawab Sosial (Social responsibility) & Etika Bisnis (Business Ethics) acapkali dianggap—serupa.

- Gerakan tanggungjawab sosial adalah sebenarnya merupakan salahsatu aspek dari keseluruhan Etika Bisnis.
- Gerakan Tanggungjawab Sosial secara prinsipal bangkit pada tahun 60-an yang meningkatkan kesadaran publik tentang peran bisnis dalam membantu membudayakan dan memelihara praktik etika bisnis di masyarakat dan khususnya dalam lingkungan alam.

CIKAL BAKAL CSR

# Prinsip-prinsip Etis Bisnis Dalam Berbisnis

Perkembangan bisnis saat ini telah memasuki era globalisasi, dimana terjadi pergerakan komoditas, modal, dan juga manusia yang seolah tanpa batas menembus ke segala penjuru dunia.

Modal paling utama dalam bisnis adalah nama dan kepercayaan.

Ukuran etika dan sopan santun dalam dunia bisnis sangatlah keras, kalaulah ada pengusaha yang melanggar etika, mereka lebih banyak mendapat hukuman dari masyarakat, dibandingkan dari pemerintah.

Karena pada dasarnya juga masyarakat bisnis itu punya jaringan tersendiri, yang sangat luas dan efektif, sehingga setiap pengusaha yang berbuat curang atau tidak etis, maka namanya akan segera tersiar, hal itu

# Terdapat beberapa alasan yang menjadikan etika bisnis menjadi penting

Ada kelaziman masyarakat yang sudah maju untuk cenderung menuntut para pebisnisnya agar mampu bertindak etis, atau masyarakat pada umumnya mengharapkan kinerja etis yang tinggi. Suatu perusahaan yang memiliki kinerja etik yang tinggi akan mendapat dukungan dan pembenaran masyarakat.

2. Untuk menghindari kerugian kelompok kepentingan dalam masyarakat, seperti para pelanggan, perantara, pemasok dan pesaing.

Untuk melindungi atmosfir berbisnis dari kemungkinan tumbuh suburnya perilaku tidak etis, baik dari karyawan (lingkungan internal) maupun dari para pesaing (Lingkungan eksternal).

- Untuk melindungi masyarakat yang akan bekerja di sektor bisnis dari ancaman lingkungan kerja yang tidak adil, produk berbahaya, dan bahkan pemalsuan laporan keuangan dan juga memberikan kontribusi pada ketenangan, keamanan dan kenyamanan psikologis bagi para pebisnis yang konsisten sesuai dengan norma-norma yang berlaku.
- Umumnya orang menginginkan akan bertindak konsisten dengan pandangan hidupnya, menyangkut nilai-nilai kebaikan dan keburukan perilaku dirinya. Sesuatu yang dipaksakan dan bertentangan dengan nilai pribadinya, lazimnya akan melahirkan sumber konflik batin dan stress emosional yang besar.

Terjadinya krisis multi dimensional beberapa tahun terakhir menjadikan etika bisnis sebagai sorotan dan perhatian dari masyarakat dan para pengamat.

Tuntutan masyarakat akan etika dan tolok ukur etika meningkat, hal ini disebabkan pula oleh pengungkapan dan publikasi. Kepedulian publik, regulasi pemerintah, kesadaran CEO akan etika dan profesionalisme bisnis meningkat.

# Cassese menyebutkan beberapa alasan perusahaan yang mempunyai orientasi laba menaruh perhatian pada etika bisnis:

- Tekanan dari konsumen
- Persaingan
- Perubahan nilai sosial
- Munculnya beberapa kasus yang menyebabkan ambruknya reputasi perusahaan atau individu akibat tindakan yang tidak etis.

Jauhnya sentuhan etika atas bisnis disebabkan oleh terlalu terfokusnya perhatian, tanggung jawab dan kewajiban para pelaku bisnis dan manajer untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.

Usaha untuk meraih keuntungan telah menenggelamkan dan mengubur kesadaran moral para pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik dan etis, terlepas dari kenyataan bahwa masih banyak juga pelaku bisnis yang tetap punya kepekaan terhadap kesadaran moral.

# Prinsip dalam Berbisnis

Secara umum, prinsip-prinsip yang dipakai dalam bisnis tidak akan pernah lepas dari kehidupan keseharian kita.

Namun prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis sesungguhnya adalah penerapan dari prinsip etika pada umunya.

Prinsip itu pada umunya berupa (Keraf, 1994):

Prinsip otonomi. Orang bisnis yang otonom sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis. Ia akan sadar dengan tidak begitu saja mengikuti saja norma dan nilai moral yang ada, namun juga melakukan sesuatu karena tahu dan sadar bahwa hal itu baik, karena semuanya sudah dipikirkan dan dipertimbangkan masak-masak.

Prisnip kejujuran, bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak ada keujuran, karena kejujuran merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan dari mitra bisnisnya, baik berupa kepercayaan komersial, material, maupun moril. Kejujuran menuntut adanya keterbukaan dan kebenaran.

# Terdapat tiga lingkup bisnis yang berkaitan dengan kejujuran :

a Kejujuran relevan dalam pemenuhan syaratsyarat perjanjian dan kontrak. Pelaku bisnis disini secara a proiri saling percaya satu sama lain, bahwa masing-masing pihak jujur melaksanakan janjinya. Karena jika salah satu pihak melanggar, maka tidak mungkin lagi pihak yang dicuranginya mau bekerja sama lagi, dan pihak pengusaha lainnya akan tahu dan tentunya malas berbisnis dengan pihak yang bertindak curang tersebut.

dan jasa dengan mutu dan harga yang baik. Kepercayaan konsumen adalah prinsip pokok dalam berbisnis. Karena jika ada konsumen yang merasa tertipu, tentunya hal tersebut akan menyebar yang menyebabkan konsumen tersebut beralih ke produk lain.

Kejujuran relevan dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan yaitu antara pemberi kerja dan pekerja, dan berkait dengan kepercayaan. Perusahaan akan hancur jika kejujuran karyawan ataupun atasannya tidak terjaga.

## **HISTORI ETIKA BISNIS**

- Secara histori, perhatian dalam "business ethics"
   meningkat dramatis selama tahun 1980 dan 1990an, baik di kalangan korporasi maupun akdemisis;
- Sebagai contoh:
  - Dewasa ini websites dari berbagai korporasi besar menekankan pada komitmen mereka untuk mempromosikan nilai-nilai bukan ekonomi dengan ragam judul (ethics codes, social responsibility charters).
  - Dalam beberapa kasus, korporasi mendefinisi ulang nilai-nilai pokok mereka dalam mempertimbangkan etika bisnis (e.g. <u>BP</u>'s "beyonpetroleum"environmental tilt).

## ETIKA BISNIS (Terdiri dari 2 kata: Etika & Bisnis)

- Etika sebagai ujud kesepakatan dan atau kesepahaman umum mengenai cara bertingkahlaku untuk mengatur relasi sosial antar-orang atau antara individu dan masyarakat atau antarmasyarakat adalah dimaksudkan untuk mencapai relasi yang saling menguntungkan atau yang tidak saling merugikan.
- Ujud konkrit suatu etika boleh jadi tidak tertulis atau tertulis.
- Perujudan etika yang tidak tertulis biasanya berlangsung melalui proses pewarisan (sosialisasi) dari generasi ke generasi.

### **PENGERTIAN ETIKA BISNIS**

Business ethics is a form of the art of **applied ethics** that examines ethical rules and principles within a **commercial context**, the various moral or ethical problems that can arise in a business setting, and any special duties or obligations that apply to persons who are engaged in commerce.

Business ethics dapat merupakan suatu disiplin yang normatif dan deskriptif.

- Sebagai suatu korporasi praktis dan suatu karir/bidang spesifik, maka di lapangan sifatnya adalah normatif
- Di dunia akademi pendekatan deskripitif juga digunakan

Rank dan kuantiti isu-sisu bisnis yang bersifat etika merefleksikan derajad dimana bisnis adalah ditempatkan sebagai sesuatu yang memiliki kemungkinan dengan nilainilai sosial non-ekonomi.

#### PRAKTIK PENERAPAN ETIKA BISNIS

Praktik penerapan etika bisnis yang paling sering dijumpai masih terbatas pada penyediaan buku saku kode etik (code of conduct) perusahaan (pra-penerapan).

- Buku kode etik perusahaan biasanya mengkodifikasi nilainilai etika bisnis & budaya perusahaan (corporate culture) dalam suatu bentuk rumusan tata-tindak tertulis mengenai segala sesuatu yang dapat & tidak dapat dilakukan oleh menejemen & karyawan perusahaan bersangkutan >>> etika dapat ditafsirkan sebagai bagian dari Code of Conduct dari suatu entitas usaha (Kwik Kian Gie, 2003).
- Dalam Code of Conduct inilah tercantum nilai-nilai etika berusaha sebagai salahsatu pelaksanaan kaidah-kaidah Good Governance >>> Code of Conduct itu harus disusun berdasar prinsip-prinsip etika bisnis yang tepat, benar dengan memperhatikan prinsip berkeadilan (fairness) dan tidak semata-mata mencari keuntungan usaha.

Pada era ekonomi klasik dan juga di era ekonomi modern, persoalan etika bisnis dalam dunia ekonomi tetap merupakan perdebatan panjang yang bersifat dikotomis.

# **Kesulitan Melakukan Tindakan Bisnis yang Etis dan sesuai Hukum**

Status Hukum	Etis	Tidak Jelas	Tidak Etis
Menurut hukum	Tindakan Etis dan legal	Keetisan tindakan tidak jelas tapi legal	Legal walau tindakan tak etis
Tidak Jelas	Tindakan Etis yang tak jelas etisnya	Keetisan tindakan dan aspek legal yang tak jelas	Tidak jelas menentang hukum walau tak etis
Melanggar Hukum	Tindakan Etis tapi tak legal	Keetisan tindakan tak jelas dan tak legal	Tindakan tak etis dan tak legal

### APA PERAN & MANFAAT ETIKA (1)

- Seorang manusia akan menyelaraskan segala tindaktanduk dan tingkahlaku menurut etika yang berlaku di lingkup dia bertempat tinggal dan atau bekerja.
- Tidak ada satupun manusia yang dapat hidup sebebasbebasnya karena manusia hidup dalam suatu konstelasi tingkahlaku standar, religi, norma, nilai moralitas, dan hukum yang mengatur bagaimana seseorang harus bertindak dan mengendalikan semangat kebebasan (freedom) serta tunduk terhadap etika yang disepakati secara luas.

Standar moral yang dikenakan atas orang per orang dianggap menghalangi kebebasan individu (Lukes, 1973). Menurut paham sosialis, kebebasan dianggap sebagai pemerataan pembagian kekuasaan dan tentunya juga kebebasan. Istilahnya, kebebasan tanpa kesetaraan adalah serupa dengan penjajahan oleh mereka yang berkuasa.

## APA PERAN & MANFAAT ETIKA (2)

- Etika memiliki peran penting dalam kehidupan manusia karena seseorang tidak mungkin hidup sendiri dan menetapkan mana yang benar dan tidak benar, mana yang baik dan tidak baik menurut kata hati sendiri.
- Sebagai bagian dari suatu keluarga dan masyarakat maka seseorang akan tunduk pada aturan, nilai dan norma yang telah disepakati oleh keluarga dan masyarakat dimana dia bertempat tinggal.
- Dan kesepakatan ini akan berlangsung lama dan menjadi komitmen bersama untuk ditindaklanjuti dalam ujud tingkahlaku, tindak-tanduk dan cara bergaul sesama manusia, di lingkup keluarga dan di masyarakat, yang diwariskan dari generasi ke generasi.
- Dengan kata lain, etika mencakup segala aspek tindakan kehidupan manusia, baik yang bersifat deskriftif maupun normatif.

#### PERAN & MANFAAT ETIKA (3)

- Peran dan kemanfaatan etika dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat menjadi sangat penting dalam mengatur kehidupan sesorang, keluarga, masyarakat & bahkan suatu negara dimana orang, keluarga, dan masyarakat berada di dalamnya.
  - Mengapa demikian?
- Karena dalam suatu negara, walau sudah ada hukum yang mengatur tentang baik-buruk, salah-benar tindakan yang dilakukan oleh warganya, ternyata etika tetap diperlukan.
  - Pertanyaannya adalah mengapa?
- Alasannya adalah karena norma hukum (1) tidak selalu dapat menjangkau wilayah abu-abu, yang dapat dilihat hanyalah wilayah hitam-putih (2) tidak selalu cepat-tanggap terhadap perubahan zaman, sehingga sering terdapat kesenjangan hukum yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan orang perseorangan atau kelompok tertentu dan sebaliknya merugikan pihak lain, (3) sering tidak mampu mendeteksi dampak di kemudian hari dilihat dari moral-etis.

#### PERAN & MANFAAT ETIKA (4)

- Etika pada dasarnya mengajak orang untuk bersikap kritis dan rasional di dalam melakukan suatu keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan sehingga tidak bertentangan dengan nilai dan norma yang berlaku tetapi juga tidak mengorbankan kepentingan orang per orang dalam tatanan masyarakat luas. Dengan demikian ketenangan dan harmonisasi di dalam suatu keluarga, masyarakat dan negara juga akan terjaga (Hubeis, 2008).
  - Paham kebenaran dan kebaikan suatu etika sering berbentrokan dengan paham kebebasan yang dalam konteks global acap disebut paham individualisme dan liberalisme atau paham separatisme atau paham .....isme.

#### **ETIKA DESKRIPTIF & NORMATIF**

- Etika deskriptif adalah bentuk etika yang berusaha menganalisis secara kritis, logis dan rasional mengenai sikap & prilaku manusia serta apa yang ingin dicapai oleh seseorang sebagai sesuatu yang bernilai dalam hidup dan kehidupannya;
- Etika deskriptif memberi fakta sebagai dasar pengambilan keputusan tentang bentuk perilaku (kognisi, afeksi dan aksi) yang akan dipilih oleh seseorang untuk dijadikan acuan hidupnya.
- Etika normatif adalah bentuk etika yang berusaha merumuskan pola perilaku normatif atau ideal yang seharusnya dimiliki dan diterapkan oleh seseorang sehingga hidup dan kehidupannya mempunyai arti yang bermakna:
- Etika normatif memberi penilaian sekaligus memberi norma sebagai dasar dan kerangka tindakan yang akan diputuskan.

# Prinsip-Prinsip Etika

- 1.Prinsip tanggung jawab terhadap pelaksanaan pekerjaan dan hasilnya terhadap dampak pekerjaab terhadap orang lain
- 2.Prinsip keadilan, tidak merugikan; membedakan orang lain.

# Prinsip-Prinsip Etika Profesi

3. Prinsip Otonomi.

Kebebasan sepenuhnya dalam menjalankan profesinya, tetapi dibatasi tanggungjawab dan komitmen profesional dan tidak mengganggu kepentingan umum.

4. Prinsip integritas moral yang tinggi.

Komitmen pribadi menjaga keluhuran profesi.

Prinsip etika bisnis sangat dipengaruhi sistem nilai dalam masyarakat,

Secara umum dalam bisnis sesungguhnya penerapan prinsip etika pada umumnya.

1. Prinsip Otonomi bahwa seseorang dituntut memiliki sikap dan kemampuan untuk mengambil keputusan

- 2. Dalam bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik;
- 3. Mengetahui akan tindakannya,

MP 20 MP PRODUCT AND A CONTROL OF THE PRODU

2. Bebas dalam melakukan tindakannya, dan

MP 20 MP PRODUCT AND A CONTROL OF THE PRODU

3. Bertanggungjawab atas tindakannya.

2. Prinsip menjunjung kejujuran, kunci keberhasilan dalam bisnis Kejujuran relevan dengan memenuhi syarat-syarat perjanjian Relevan dengan penawaran barang & jasa, dengan mutu dan harga

3. Prinsip Keadilan, agar setiap org diperlakukan secara sama sesuai dg aturan yg adil, rasional objektif dan dpt dipertanggungjawabkan.

CONTRACTOR OF THE PROPERTY OF

- 4.Prinsip Saling Menguntungkan (*mutual* benefit principle)
- 5. Prinsip Integritas Moral, tuntutan menjaga nama baiknya/perusahaannya.

#### Individu sebagai diffusion Etika Bisnis

- Individu yang telah menyerap/mengerti etika bisnis, yang diperoleh melalui proses belajar (individual learning),
- 2. Individu memiliki :

kemampuan

kesadaran etis,

berfikir secara etis,

bertindak secara etis,

「Decision Translation and a section of the property of the p

kepemimpinan secara etis.

### Individu sebagai diffusion Etika Bisnis

2 Individu yang memiliki kharisma.

3. Individu yang memiliki kekuasaan, sepanjang menggunakan kekuasaan secara etis.

- Kebudayaan Yunani Kuno, Warga Negara yang bebas seharusnya mencurahkan perhatiannya pada kesenian dan ilmu pengetahuan (filsapat).
- Perdagangan sebaiknya diserahkan pada orang asing dan pendatang.
- Menurut Plato (427-347 SM) Negara yang ideal adalah negara agraris yang sedapat mungkin berdikari, sehingga perdagangan hampir tidak perlu.

- Aristoteles (384-322 SM) ia menilai sebagai tidak etis setiap kegiatan menambah kekayaan.
- Karena bisnis selalu mengandung unsur mencari keuntungan. Hermes dihormati sebagai dewa pelindung pedagang maupun pencuri

- Agrama Kristen, "Jangan kamu menjadi hamba uang dan cukupkanlah dirimu dengan apa yang ada padamu (Ibr. 13:15).
- Pada zaman kuno dan abad pertengahan profesi pedagang sering dinilai kurang pantas, dan karenanya urusan itu diserahkan pada orang Yahudi.

- Agustinus (354-340 M) mengatakan, seorang pedagang barang-kali bisa berkelakuan tanpa dosa, tapi tidak mungkin dia berkenan di hati Tuhan.
- Timbul sikap positif kaum Protestan, memperoleh untung karena berdagang sebagai pertanda berkat Tuhan atas kerja keras orang beriman.

 \* The Merchant of Venice, Karya
 William Shakespiare, figur Shylock (orang Yahudi)

使 打破 JP AND TO THE TOTAL AND A CONTROL TO THE TOTAL TOTAL TO THE TOTAL TOTAL TOTAL TOTAL TOTAL TOTAL TOTAL TO

Yang mewakili type saudagar yang tidak segan-segan memeras orang lain.

## sejarah dan budaya...

- Agama Islam. Memandang Binsis lebih realistis. Dalam Surah Al Baqarah 275: " ALLAH telah menghalalkan perdagangan dan melarang Riba".
- Dalam bahasa Arab Riba: tambahan uang tidak wajar atas utang yang dipakai untuk konsumsi.

## Sejarah dan budaya...

- Moch. Hatta.
- Membedakan antara riba dan rente, riba dilarang karena menyengsarakan orang,
- Rente adalah imbalan untuk pinjaman yang digunakan usaha produktif (businesslike).

- Kebudayaan Jawa. Contoh: Masy Pare/Mojokuto(1950) dari C. Geertz.
  - Struktur sosial ada 4 gol:

· 2007年1月1日 - 1907年1月1日 - 1907年1月 - 1907年1日 - 1907年1月 - 1907年

- 1. Priyayi,
- 2. Para pedagang pribumi,
- 3. Orang kecil sebagai buruh tani/tukang
- 4. Orang Cina...

- Priyayi berkerja di bidang pemerintahan, sedikit pegang fungsi pabrik2 kecil.
- Golongan ini membentuk elit politik dan kultural yang menjauhkan diri perdagangan.

 Golongan pedagang pribumi, muslim/ada berdarah Arab (sodagar) bersama orang Cina menjamin perputaran ekonomi

Religion of Java karya Clifford Geertz,

**医艾尔斯 1997年,李明明** 1995年,1995年,1997年,1997年,1997年,1997年,1997年,1997年,1997年,1997年,1997年

bagaimana memiliki kekayaan, dan terutama memiliki kekayaan secara mendadak ? Bantuan Tuyul ?

#### Dengan ciri perilaku:

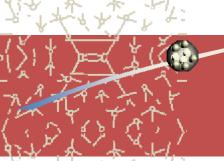
- kaya mendadak,
- kikir,
- pakain buruk,
- mandi dikali,
- tidak makan nasi tapi ubi/jagung, dan
- mereka berperilaku agak menyimpang dari priyayi,
  - bicara keras2,
  - agresif,
  - kurang beradat,
  - pakaian kedodoran,
  - kurang bersifat jawa,
  - spontan mengatakan apa adanya.

- Dalam tradisi kebudayaan jawa kekayaan ternyata dicurigakan.
- Padangan ini tidak kondusif untuk memajukan semangat kewirausahaan.

Sikap modern

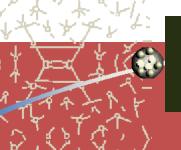
Pencarian untung menjadi motif utama bagi bisnis, dengan sendirinya bahwa bisnis mengejar kepentingan diri sendiri dan disamakan dengan egoisme sebagai sikap tidak baik dari sudut moral. Hal ini bertentangan dengan altruisme adalah sifat watak yang memperhatikan dan mengutamakan kepentingan orang lain. Bagaimana mencari jalan tengah? Sehingga bisnis menjadi bukan pekerjaan kotor ?---> etika





### **Definisi CSR**

Definisi CSR (Corporate Social Responsibility) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar di mana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.



## Pengertian CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) ialah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial di dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para stakeholder berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan (Nuryana, 2005)

## Piramida CSR

**Philanthropic** 

Responsibility

**BE A GOOD CITIZEN** 

**Ethical Responsibility** 

**BE ETHICAL** 

**Legal Responsibility** 

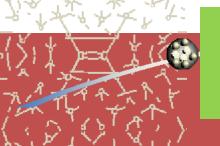
**OBEY THE LAW** 

**Economic Responsibility** 

**BE PROFITABLE** 

#### Ruang Lingkup CSR

- Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan kegiatan sosial yang berguna bagi masyarakat luas.
- Mematuhi aturan hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat baik yang berkaitan dengan kegiatan bisnis maupun kegiatan sosial pada umumnya.
- Hormat pada hak dan kepentingan stakeholders yang mempunyai kepentingan langsung ataupun tidak langsung terhadap kepentingan bisnis.



## Hubungan CSR dan GCG

- Good Corporate Governance (GCG) ialah suatu sistem, dan perangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan (stakeholders).
- Terdapat lima prinsi GCG yaitu:
  - 1. Transparency (Keterbukaan Informasi)
  - 2. Accountability (Akuntabilitas)



- 4. Independency (Kemandirian)
- 5. Fairness (Kesetaraan dan kewajaran)
- Prinsip Responsibility mempunyai hubungan yang paling dekat dengan CSR. Prinsip ini memberikan penekanan yang lebih terhadap stakeholders perusahaan (stakeholders-driven concept).
  - Prinsip yang lain lebih fokus ke *shareholders-*ettbis-Andri Helmi M, Se., MM

    7

    driven concept.



- Tujuan utama bisnis adalah mengejar keuntungan sebesar – besarnya.
- Perhatian perusahaan menjadi terbagi –
   bagi dan tidak fokus.
- Biaya keterlibatan sosial
- Kurangnya tenaga terampil dalam bidang kegiatan sosial.

#### **Argumen yang mendukung CSR**

- Kebutuhan dan harapan masyarakat yang berubah.
- Terbatasnya sumber daya alam.
- Lingkungan sosial yang lebih baik.
- Perimbangan tanggung jawab dan kekuasaan.
- Bisnis mempunyai sumber sumber daya yang berguna.
- Keuntungan jangka panjang.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar profitability.

## Tanggung Jawab Legal dan Tanggung jawab Moral Perusahaan

- Mengapa CSR merupakan tanggung jawab legal dari perusahaan?
  - Perusahaan sebagai badan hukum ia memiliki status legal.
  - Perusahaan mempunyai hak dan kewajiban legal
  - Perusahaan harus menaati peraturan hukum dan harus memenuhi hukumannya, bila terjadi pelanggaran.

- Apakah CSR mempunyai tanggung jawab moral perusahaan?
  - Perusahaan perlu berstatus moral merupakan pelaku moral bisa melakukan perbuatan etis atau tidak etis. Apakah perusahaan merupakan pelaku moral atau tidak adalah masalah yang sulit untuk dipecahkan dan masih diperdebatkan.
  - Seandainya perusahaan terlepas dari orang-orang yang bekerja di dalamnya — tidak merupakan pelaku moral dan karena itu tidak bisa memikul tanggung jawab moral, namun pimpinan perusahaan tetap pelaku moral dan harus memikul tanggung jawab moral atas keputusan yang diambilnya

## TJSP pandangan Milton Friedman

- Tanggung jawab perusahaan adalah meningkatkan keuntungan semaksimal mungkin, tanggung jawab ini berada di tangan manajer.
- Jika para manajer menjalankan tanggung jawab sosial atas nama perusahaan, sebenamya mereka memungut pajak dari pemilik perusahaan dan sekaligus bagaimana dana pajak itu digunakan. Mengumpulkan pajak dan memutuskan penggunan uang pajak adalah tugas pemerintah. Jadi dengan mempraktekan tanggung jawab sosial, para manajer telah menyahagunakan posisi mereka.

#### Kesimpulan TJSP menurut pandang an Milton Friedman

- Doktrin tanggung jawad sosial perusahaan dari bisnis merusak sistem ekonomi pasar bebas.
- Mengakui tanggung jawab sosial perusahaan itu akan mengakibatkan sistem ekonomi menjurus ke arah ekonomi berencana dari negara komunis
- Doktrin ini bersifat subversif terhadap masyarakat yang bebas dan demokratis
- Dalam masyarakat bebas hanya memiliki satu dan satu-satunya tanggung jawab sosial untuk bisnis aialah memanfaatkan sumberdayanya dan melibatkan diri dalam kegiatan yang bertujuan meningkatkan keuntungan

# Tanggung Jawab Ekonomis dan Tanggung jawab

#### sosial

- TJSP berlaku untuk perusahaan swasta yang memiliki TJE yang menguntungkan
- perusahaan negara atau BUMN, TJSP dan TJE merupakan tanggung jawab yang tidak bisa dipisahkan, harus dilakukan.

### Cara Pelasanaan TJSP

- Secara positif
- Secara negatif

### Pelaksanaan TJSP Secara Positif

- Perusahaan bisa melakukan kegiatan yang tidak membawa keuntungan ekonomis, semata-mata dilangsungkan demi kesejahteraan masyarakat
- Contoh: menyelenggarakan pelatihan ketrampilan untuk penganggur atau mendirikan panti asuhan untuk anak yatim piatu dan lain sebagainya

## Pelaksanaan TJSP secara Negatif

- Perusahaan bisa menahan diri untuk tidak melakukan kegiatan tertentu, yang sebenamya menguntungkan dari segi bisnis, tetapi akan merugikan masyarakat atau sebagian masyarakat
- Contoh: Pabrik kertas tidak membuang limbah pabrik ke sungai

## Majibkal Perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial secara positif?

- Bisnis memikul tanggung jawab sosial dalam arti negatif karena tidak boleh melakukan kegiatan yang merugikan masyarakat, tapi tidak bisa dikatakan perusahan sudah melakukan tanggung jawab sosial secara positif
- Perusahaan tidak bisa diwajibkan melaksanakan tanggung jawab sosial secara positif, karena tidak sejalan dengan tujuan-tujuan ekonomisnya



- Perbuatan-perbuatan yang melebihi apa yang diwajibkan secara moral
- Melakukan perbuatan yang bukan merupakan kewajiban.
- Contoh: perusahaan mendirikan panti asuhan, membangun poliklinik untuk rakyat miskin, membuka perpustakaan untuk masyarakat umum.



- Adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan karya amal atau sosial bagi masyakat
- Kinerja sosial perusahaan tidak bisa
   dikategorikan sebagai pelasanaan tanggung
   jawab sosial perusahaan.

## Rerbedaan antara Kinerja Sosial Perusahaan dengan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

#### ¥KSP:

- Tidak secara langsung mencari keuntungan
- Ada kaitannya dengan TJEP

#### TJSP:

- Menguntungkan atau tidak menguntungkan tetap dilaksanakan
- Terlepas dari TJEP

### ETIKA DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

#### PENGERTIAN SDM

- Sumber daya manusia adalah manusia yang bekerja di lingkungan suatu organisasi ( disebut : personil, tenaga kerja, pekerja atau karyawan)
- Sumber Daya Manusia adalah potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya.
- Sumber Daya Manusia (SDM) adalah potensi yang merupakan asset dan berfungsi sebagai modal (non material/non financial) dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata (real) secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi.

#### FUNGSI-FUNGSI OPERASIONAL SDM

- Pengadaan (procrutment) adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- Pengembangan (development) adalan proses peningkatan ketrampilan teknis, teoristik, konseptual dan moral karyawan melalui pendidikan dan pelatihan.
- Konpensasi (conpesation) adalan pemberian balas jasa langsung (direct) dan tidak langsung (inderct), uang atau barang kepada karyawan sebagai imbalan jasa yang diberikannya kepada perusahaan.
- Pengintegrasian (integration) adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan, agar tercipta kerjasama yang serasi dan saling menguntungkan.
- **Pemeliharaan (maintenance)** adalah kegiatan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental dan loyalitas karyawan, agar mereka bekerja sama sampai pension.
- Kedisiplinan adalah keinginan dan kesadaran untuk menaati peraturan-peraturan perusahaan dan norma-norma social.
   Pemberhentian (separation) adalah putusnya hubungan kerja sesecrang dari suatu perusahan.

#### Ruang Lingkup Manajemen Sumber Daya Manusia Fungsi-fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Ruang Lingkup Sub Fungsi Fungsi Operasional a. Pengadaan SDM = Perencanaan = Pengadaan SDM = Rekrutmen = Seleksi = Penempatan = Orientasi b. Pengembangan SDM = Pengembangan = Pelatihan & pengembangan = Pengambangan karir c. Pemeliharaan SDM = Kompensasi Jabatan

= Integrasi

= Hubungan Perburuhan

= Pemutusan Hubungan Kerja

#### Norma dan Etika Fungsi SDM

- Etika dalam fungsi SDM berkaitan dengan pembuatan keputusan yang etis pada setiap level proses MSDM.
- Etika (ethic) = prinsip-prinsip yang berhubungan dengan perbuatan benar dan salah, berhubungan dengan etik, etis = berarti baik

#### Menciptakan Hubungan Perburuhan yang Sukses:

- Membentuk komite karyawan dan manajemen.
- Membuat buku pegangan karyawan.
- Sistem pengupahan yang profesional.
- Menciptakan suasana kerja yang kondusif.
- Menampung keluhan, saran dan kritik karyawan.

#### Hak – hak pekerja yang harus dipenuhi:

- Hak atas pekerjaan, kerja merupakan HAM karena dgn hak atas hidup
- Hak atas upah yang adil, sehingga tidak ada diskriminatif dalam pemberian upah.
- Hak untuk berserikat dan berkumpul, dapat menjadi media advokasi bagi pekerja.
- Hak untuk perlindungan keamanan dan kesehatan,
- Hak untuk diproses hukum secara sah, hak untuk diperlakuan secara sama,
- Hak atas rahasia pribadi, dan
- Hak atas kebebasan suara hati.

#### kasus:

- Disuatu organisasi, terdapat mailing terdapat yang menghujat manajer produksi! ..etiskah ini..
- Lalu kenapa saat ini permasalahan etika muncul dan perlu dibahas dalam sistem informasi?
- TI mempunyai pengaruh yang mendalam dalam kehidupan manusia yang saat ini mau tak mau berhubungan dengan etika.

#### Permasalahan Etika (Isu utama)

- Privasi = rahasia pribadi yang tidak ingin diketahui orang lain. Dibeberapa negara hal ini dilindungi UU.
- Memonitor E-mail
- Memeriksa komputer orang lain
- Memonitor perilaku kerja (hidden kamera)
- Menjual informasi pribadi pelanggan pada pihak lain (spam mail, iklan mail, dll)

## Menciptakan Hubungan SDM yang baik:

- Membentuk komite karyawan dan manajemen.
- Membuat buku pegangan karyawan.
- Sistem pengupahan yang profesional.
- Menciptakan suasana kerja yang kondusif.
- Menampung keluhan, saran dan kritik karyawan.

#### Whistle Blowing

- Merupakan tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang karyawan untuk membocorkan kekurangan yang dilakukan oleh perusahaan atau atasannya kepada pihak lain.
- Whistle blowing berkaitan dengan kecurangan yang merugikan perusahaan sediri maupun pihak lain.

#### Whistle bowing dibedakan menjadi 2

- Whistle blowing internal terjadi ketika seorang karyawan mengetahui kecurangan yang dilakukan karyawan kemudian melaporkan kecurangan tersebut kepada atasannya.
- Whistle blowing eksternal terjadi ketika seorang karyawan mengetahui kecurangan yang dilakukan oleh perusahaan lalu membocorkannya kepada masyarakat karena kecurangan itu akan merugikan masyarakat.

# KONSEP ETIKA PEMASARAN DAN PERIKLANAN

### PEMASARAN HOLISTIS

Pemasaran holistis menggabungkan pemasaran yang bertanggungjawab social dan pemahaman masalahmasalah yang lebih luas serta konteks etis, lingkungan hidup,hukum dan social dari kegiatan dan program pemasaran. Tanggung jawan socialmenuntut para pemasar untuk secara cermat mempertimbangkan peran yang dapatmereka mainkan dari segi kesejahteraan social.Konsep pemasaran social menégaskan bahwa organisasi adalah menetapkankebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran dan menyerahkan kepuasanyang diinginkan secara lebih efektif dan efisien ketimbang pesaing dengan cara yangmemelihara atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Menurut McCarthy, bauran pemasaran (marketing mix) merupakan perangkat alat pemasaran yang

digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya.Bauran pemasaran (marketing mix) atau biasa dikenal dengan 4P meliputi :

Product (produk), Meliputi keragaman produk, kualitas, design, cirri, nama merk, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, imbalan.

Price (Harga), Meliputi daftar harga, rabat/diskon, potongan harga khusus, periode

pembayaran, syarat kredit.

Promotion (promosi), Meliputi beberapa hal seperti promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, public relation, direct marketing.

Place (tempat), Meliputi hal-hal seperti salurang pemasaran, cakupan pasar, lokasi, transportasi.

#### Konsep Etika dalam Pemasaran menurut John R. Boatright

Fairness (Justice) Fairness menjadi pusat perhatian karena menjadi kebutuhan yang paling dasar daritransaksi pasar. Setiap pertukaran atau transaksi dianggap fair atau adil ketika satusama lain memberikan keuntungan (mutually beneficial) dan memberikaninformasi yang memadai. Namun, pemberian informasi dalam transaksi ini masih diragukan. Hal inidisebabkan karena penjual tidak memiliki kewajiban untuk menyediakan semua informasi yang relevan kepada pembeli/pelanggan, dan pembeli memiliki suatukewajiban untuk diinformasikan mengenai apa yang dibelinya. Pertanyaan mengenai siapa yang memiliki kewajiban menyangkut informasi initerbagi menjadi 2 doktrin tradisional dalam pemasaran, yaitu caveat emptor (biarkan pembeli berhati ± hati) dan caveat venditor (biarkan penjual berhati ± hati)

FreedomFreedom berarti memberikan jangkauán pada pilihan konsumen. Freedom dapatdikatakan tidak ada apabila pemasar melakukan praktik manipulasi, danmengambil keuntungan dari populasi yang tidak berdaya seperti anak ± anak,orang ± orang

miskin, dan kaum lansia.

 Well-beingSuatu pertimbangan untuk mengevaluasi dampak social dari produk dan juga periklanan, dan juga product safety.

## Norma& Etika Umum dalam bidang Pemasaran

- Etika pemasaran dalam konsep produk
  - Produk yang dibuat berguna dan dibutuhkan masyarakat.
  - Produk yang dibuat berpotensi ekonomi atau benefit
  - Produk yang dibuat bernilai tambah tinggi
  - Produk yang dapat memuaskan masyarakat-
- Etika pemasaran dalam konteks harga
  - Harga diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat.
  - Perusahaan mencari margin laba yang layak.
  - Harga dibebani cost produksi yang layak.-
- Etika pemasaran dalam konteks tempat/distribusi
  - Barang dijamin keamanan dan keutuhannya.
  - Konsumen mendapat pelayanan cepat dan tepat.-
- Etika pemasaran dalam konteks promosi
  - Sebagai sarana menyampaikan informasi yang benar dan obyektif.
  - Sabagai sarana untuk membangun image positif.
  - Tidak ada unsur memanipulasi atau memberdaya konsumen.
  - Selalu berpedoman pada prinsip2 kejujuran.
  - Tidak mengecewakan konsumen

#### Faktor yang mempengaruhi manajer pemasaran untuk melakukan tindakan tidak etis (Schermerhorn, 1999)

Manajer sebagai pribadi. Manajer sebagai pribadi ingin memaksimalkan keuntungan bagi dirinya sendiri, faktor lain yang mendorong manajer melakukan perilaku tidak etis yaitu agama dan tingkat pendidikan

Organisasi. Adanya aturan tertulis serta kebijakan resmi dari top manajemen akanmempengaruhi tindakan etis para manajer, sehingga kadangkala mereka mengabaikan prinsip-prinsip pribadi mereka untuk kepentingan organisasi

Lingkungan

#### **IKLAN**

Iklan ialah bentuk komunikasi tidak langsung yg didasari pada informasi tentangkeunggulan suatu produk sehingga mengubah pikiran konsumen untuk melakukan pembelian. Fungsi dari iklan antara lain:

- Iklan sebagai pemberi informasi tentang produk yang ditawarkan di pasar.
- Iklan sebagai pembentuk pendapat umum tentang sebuah produk.

Sebenarnya dalam dunia periklanan sudah ada peraturan yang mengatur tata cara dalam periklanan yang diantaranya tertuang dalam Tata Krama dan Tata Cara PeriklananIndonesia serta SK Menkes Nomor 368.

Tata Krama dan Tata Cara Periklanan

Bab II A Ayat 1 yang berbunyi : Iklan harus jujur,bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hokum

yang berlaku.

• Bab II B No.3 Ayat 3 a yang berbunyi: Iklan tidak boleh menggunakan kata ter, paling, nomor satu dan atu sejenisnya tanpa menjelaskan dalam hal apa keunggulannya itu dan harus dapat membuktikan sumber-sumber otentik pernyataantersebut.

Bab II B No.1 Ayat a yang berbunyi : Iklan tidak boleh menyesatkan, antara laindengan memberikan keterangan yang tidak benar, mengelabui dan memberikan janjiyang

berlebihan.

Bab II B No.3 Ayat b yang berbunyi : Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat. Perbandingan tidak langsung harus didasarkan pada criteria yang tidak menyesatkan konsumen. Bab II B No.3 Ayat c yang berbunyi : Iklan tidak boleh secara langsung ataupun tidak langsung merendahkan produkproduk lain.

• Bab II C No.2 yang berbunyi : Dokter, ahli farmasi, tenaga kerja medis dan paramedic lain atau atribut-atribut profesinya tidak boleh digunakan untuk mengiklankan produk obat-obatan, alat kesehatan maupun kosmetika.

Bab II C No.10 Ayat g yang berbunyi : Iklan tidak boleh memanipulasi rasa takut seseorang terhadap suatu penyakit karena tidak menggunakan obat yang diiklankan.

Dari ketentuan yang dipaparkan di atas, ternyata banyak sekali pelanggaran etika yang telah dilakukan oleh para pengusaha periklanan dan perusahaan. Dampaknya pun ada beberapa iklan yang kemudian ditarik dari penayangannya karena dianggap kurang beretika. Yang tidak kalah pentingnya adalah perlunya control dalam dunia periklanan yaitu control dari pemerintah, control dari pengiklan itu sendiri (self regulation), dan yang tidak kalah pentingnya adalah control dari masyarakat

## KONSEP ETIKA PRODUKSI DAN LINGKUNGAN HIDUP

#### Pengertian Produksi

- 1. Produksi yang menghasilkan barang dan jasa baru sehingga dapat menambah jumlah, mengubah bentuk, atau memperbesar ukurannya. Misalnya beternak dan bercocok tanam.
- 2. Produksi diartikan sebagai kegiatan untuk meningkatkan atau menambah daya guna suatu barang sehingga lebih bermanfaat. Misalnya pertukangan dan kerajinan.

# Tujuan Produksi

#### antara lain:

- a. Memperbanyak jumlah barang dan jasa.
- b. Menghasilkan barang dan yang jasa berkualitas tinggi.
- c. Memenuhi kebutuhan sesuai dengan peradaban.
- d. Mengganti barang-barang yang rusak atau habis.
- e. Memenuhi pasar dalam negeri untuk perusahaan dan rumah tangga.
- f. Memenuhi pasar internasional.
- g. Meningkatkan kemakmuran.

### Proses Produksi

Adalah suatu kegiatan yang dilakukan melalui tahapan-tahapan tertentu untuk menghasilkan atau menambah manfaat barang atau jasa.

#### Etika Produksi



Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat.

Juga masyarakat.

ETBIS-ANDRI HELMI M, SE., MM

# Dalam etika bisnis yang perlu kita perhatikan adalah:

#### 1. Nilai

Nilai merupakan aturan main yang dibuat pengusaha dan menjadi patokan dalam berusaha.

#### 2. Hak dan Kewajiban

Pengusaha yang mengerti etika akan meminta haknya sebagai pihak yang mendapat keuntungan dari hasil usaha, namun ia juga memahami kewajibannya. Misalnya menggaji karyawan, membayar pajak dan sebagainya. 3. Peraturan moral

ETBIS-ANDRI HELM M, SE., MM

Peraturan moral menjadi acuan tertulis yang sangat penting bagi pengusaha ketika mengalami dilema atau permasalahan, baik internal atau eksternal.

4. Hubungan Manusia

Beberapa sikap pengusaha yang menunjukkan sikap kepedulian terhadap hubungan manusia sebagai berikut.

- a. Menepati janji yang telah dibuat, apabila berjanji ikut mengelola lingkungan hidup.
- b. Saling membantu, misalnya mempreoritaskan perekrutan karyawan dari masyarakat di sekitar perusahaan.
- c. Menghargai orang lain, misalnya memberikan gaji yang layak kepada karyawan.
- d. Menghargai milik orang lain, misalnya hak cipta.

## Hak Konsumen

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

- 4) Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan jasa yang dia gunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelsaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggamanan apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya

# Kewajiban Konsumen

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan /atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa.
- 3) Membayar dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban Pelaku Usaha M, SE., MM

- 1) Memberikan informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan dan pemeliharaan.
- 2) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

- 3) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- 4) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabilabarang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai perjanjian.

Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausa baku yang Ietak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca jelas, atau pengungkapannya sulit dimengerti.

# Tiga Teori Dasar dalam pendekatan etis dan yuridis yang berkaitan dengan hubungan antara konsumen dan produsen

#### 1. Teori Kontrak

- Menurut teori ini hubungan antara konsumen dan produsen sebaiknya dilihat sebagai semacam kontrak.
- Kewajiban produsen adalah memberikan produk yang mempunyai kualitas sesuai dengan yang dijanjikan dalam promosinya.
- kewajiban konsumen adalah membayar sejumlah uang pada perusahaan untuk produk tersebut dengan prinsip berhati-hati dalam mempunyai kewajiban dasar untuk mematuhi isi dari perjanjian penjualan dan kewajiban sekunder untuk memahami sifat produk

## 2. Teori Perhatian semestinya

Teori ini menekankan bahwa faktor yang sangat diperhatikan adalah kepentingan konsumen untuk mendapatkan produk yang berkualitas adalah menjadi tanggung jawab produsen. Norma dasar yang melandasi pandangan ini adalah bahwa seseorang tidak boleh merugikan orang lain dengan kegiatannya.

# 3. Teori Biaya Sosial

Teori ini berkaitan dengan inovasi dari desain produk, dalam hal ini produsen mempunyai tanggungjawab atas semua kekurangan produk dan setiap kerugian yang dialami konsumen dalam memakai produknya.

# Contoh Pelanggaran Etika dalam lingkungan Produksi

1. Penggunaan Boraks dan pemutih pada Nata

de-coco



# 2. Melamin pada Produk Susu



