NURUL FITRI

BAB 1 DEFINISI ETIKA DAN BISNIS SEBAGAI SEBUAH PROFESI

  **Hakikat Etika Bisnis**

Menurut Drs. O.P. Simorangkir bahwa hakikat etika bisnis adalah menganalisis atas asumsi-asumsi bisnis, baik asumsi moral maupun pandangan dari sudut moral. Karena bisnis beroperasi dalam rangka suatu sistem ekonomi, maka sebagian dari tugas etika bisnis hakikatnya mengemukakan pertanyaan-pertanyaan tentang sistem ekonomi yang umum dan khusus, dan pada gilirannya menimbulkan pertanyaan-pertanyaan tentang tepat atau tidaknya pemakaian bahasa moral untuk menilai sistem-sistem ekonomi, struktur bisnis.

  **Pengertian Etika dan Bisnis**

Kata etika berasal dari kata ethos (bahasa Yunani) yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat istiadat (kebiasaan). Sebagai suatu subyek, etika akan berkaitan dengan konsep yang dimilki oleh individu ataupun kelompok untuk menilai apakah tindakan-tindakan yang telah dikerjakannya itu salah atau benar, buruk atau baik.

Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada [konsumen](https://id.wikipedia.org/wiki/Konsumen) atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan [laba](https://id.wikipedia.org/wiki/Laba). Secara historis kata bisnis dari [bahasa Inggris](https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa_Inggris) *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Pengertia Etika Bisnis secara sederhana adalah : cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan  individu,  perusahaan, industri dan juga masyarakat. Haruslah diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang, karena :

                     Mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun dengan eksternal.

         Mampu meningkatkan motivasi pekerja.

         Melindungi prinsip kebebasan berniaga

         Mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

Untuk memudahkan penerapan etika perusahaan dalam kegiatan sehari-hari maka nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis harus dituangkan kedalam manajemen korporasi yakni  dengan cara :

         Menuangkan etika bisnis dalam suatu kode etik (code of conduct)

         Memperkuat sistem pengawasan

         Menyelenggarakan pelatihan (training) untuk karyawan secara terus menerus.

  **Etiket moral, hukum dan agama**

**Perbedaan Etika dan Etiket :**

Seringkali dua istilah tersebut disamakan artinya, padahal perbedaan antara keduanya sangat mendasar. Dari asal katanya saja berbeda, yakni Ethics dan Ethiquetle. Etika berarti moral sedangkan Eiket berarti sopan santun. Namun meskipun berbeda, ada persamaan antara keduanya, yaitu :

         Keduanya menyangkut perilaku manusia

         Etika dan eiket mengatur perilkau manusia secara normative, artinya memberi norma bagi perilku manusia dan dengan demikian menyatakan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

P**erbedaannya yang penting antara lain yaitu :**

         Etiket menyangkut cara suatu perbuatan harus dilakukan manusia. Diantara beberapa cara yang mungkin, etiket menunjukkan cara yang tepat, artinya cara yang diharapkan serta ditentukan dalam suatu kalangan tertentu.

         Etika tidak terbatas pada cara dilakukannya suatu perbuatan. Etika menyangkut pilihan yaitu apakah perbuatan boleh dilakukan atau tidak.

         Etiket hanya berlaku dalam pergaulan. Bila tidak ada saksi mata, maka maka etiket tidak berlaku.

         Etika selalu berlaku meskipun tidak ada saksi mata, tidak tergantung pada ada dan tidaknya seseorang.

         Etiket bersifat relatif artinya yang dianggap tidak sopan dala suatu kebudayaan, isa saja diangap sopan dalam kebudayaan lain.

         Etika jauh lebih bersifat absolut. Prinsip-prinsipnya tidak dapat ditawar lagi.

  **Perbedaan Moral dan Hukum** :

Sebenarnya ataa keduanya terdapat hubungan yang cukup erat. Karena anatara satu dengan yang lain saling mempegaruhi dan saling membutuhkan. Kualitas hukum ditentukan oleh moralnya. Karena itu hukum harus dinilai/diukur dengan norma moral. Undang-undang moral tidak dapat diganti apabila dalam suatu masyarakat kesadaran moralnya mencapai tahap cukup matang. Secaliknya moral pun membutuhkan hukum, moral akan mengambang saja apabil atidak dikukuhkan, diungkapkan dan dilembagakan dalam masyarakat. Dengan demikian hukum dapat meningkatkan dampak social moralitas. Walaupun begitu tetap saja antara Moral dan Hukum harus dibedakan. Perbedaan tersebut antara lain :

         Hukum bersifat obyektif karena hukum dituliskan dan disusun dalam kitab undang-undang. Maka hkum lebih memiliki kepastian yang lebih besar.

         Norma bersifat subyektif dan akibatnya seringkali diganggu oleh pertanyaan atau diskusi yang menginginkan kejelasan tentang etis dan tidaknya.

         Hukum hanya membatasi ruang lingkupnya pada tingkah laku lahiriah manusia saja.

         Sedangkan moralitas menyangkut perilaku batin seseorang.

         Sanksi hukum bisanya dapat dipakasakan.

         Sedangkan sanksi moral satu-satunya adalah pada kenyataan bahwa hati nuraninya akan merasa tidak tenang.

         Sanksi hukum pada dasarnya didasarkan pada kehendak masyarakat.

         Sedangkan moralitas tidak akan dapat diubah oleh masyarakat

  **Perbedaan Etika dan Agama :**

Etika mendukung keberadaan Agama, dimana etika sanggup membantu manusia dalam menggunakan akal pikiran untuk memecahkan masalah. Perbedaan antara etika dan ajaran moral agama yakni etika mendasarkan diri pada argumentasi rasional. Sedangkan Agama menuntut seseorang untuk mendasarkan diri pada wahtu Tuhan dan ajaran agama.

  **Etika dan Moral**

Etika lebih condong kearah ilmu tentang baik atau buruk. Selain itu etika lebih sering dikenal sebagai kode etik. Moralitas adalah sifat moral atau keseluruhan asas dan atau nilai yang berkenaan dengan baik buruk.
Dua kaidah dasar moral adalah :

         Kaidah Sikap Baik. Pada dasarnya kita mesti bersikap baik terhadap apa saja. Bagaimana sikap baik itu harus dinyatakann dalam bentuk yang kongkret, tergantung dari apa yang baik dalam situasi kongkret itu.

         Kaidah Keadilan. Prinsip keadilan adalah kesamaan yang masih tetap mempertimbangkan kebutuhan orang lain. Kesamaan beban yang terpakai harus dipikulkan harus sama, yang tentu saja disesuaikan dengan kadar angoota masing-masing.

  **Klasifikasi Etika**

Menurut buku yang berjudul “Hukum dan Etika Bisnis” karangan Dr. H. Budi Untung, S.H., M.M, tahun 2012 etika dapat diklasifikasikan menjadi :

1.      Etika Deskriptif

Etika deskriptif yaitu etika di mana objek yang dinilai adalah sikap dan perilaku manusia dalam mengejar tujuan hidupnya sebagaimana adanya. Nilai dan pola perilaku manusia sebagaimana adanya ini tercemin pada situasi dan kondisi yang telah membudaya di masyarakat secara turun-temurun.

2.      Etika Normatif

Etika normatif yaitu sikap dan perilaku manusia atau massyarakat sesuai dengan norma dan moralitas yang ideal. Etika ini secara umum dinilai memenuhi tuntutan dan perkembangan dinamika serta kondisi masyarakat. Adanya tuntutan yang menjadi avuan bagi masyarakat umum atau semua pihak dalam menjalankan kehidupannya.

3.      Etika Deontologi

Etika deontologi yaitu etika yang dilaksanakan dengan dorongan oleh kewajiban untuk berbuat baik terhadap orang atau pihak lain dari pelaku kehidupan. Bukan hanya dilihat dari akibat dan tujuan yang ditimbulakan oleh sesuatu kegiatan atau aktivitas, tetapi dari sesuatu aktivitas yang dilaksanakan karena ingin berbuat kebaikan terhadap masyarakat atau pihak lain.

4.      Etika Teleologi

Etika Teleologi adalah etika yang diukur dari apa tujuan yang dicapai oleh para pelaku kegiatan. Aktivitas akan dinilai baik jika bertujuan baik. Artinya sesuatu yang dicapai adalah sesuatu yang baik dan mempunyai akibat yang baik. Baik ditinjau dari kepentingan pihak yang terkait, maupun dilihat dari kepentingan semua pihak. Dalam etika ini dikelompollan menjadi dua macam yaitu :

         Egoisme

Egoisme yaitu etika yang baik menurut pelaku saja, sedangkan bagi yang lain mungkin tidak baik.

         Utilitarianisme

Utilitarianisme adalah etika yang baik bagi semua pihak, artinya semua pihak baik yang terkait langsung maupun tidak langsung akan menerima pengaruh yang baik.

5.      Etika Relatifisme

Etika relatifisme adalah etika yang dipergunakan di mana mengandung perbedaan kepentingan antara kelompok pasrial dan kelompok universal atau global. Etika ini hanya berlaku bagi kelompok passrial, misalnya etika yang sesuai dengan adat istiadat lokal, regional dan konvensi, sifat dan lain-lain. Dengan demikian tidak berlaku bagi semua pihak atau masyarakat yang bersifat global.

  Konsep Etika Bisnis

Konsep etika bisnis tercermin pada corporate culture (budaya perusahaan). Menurut Kotler (1997) budaya perusahaan merupakan karakter suatu perusahaan yang mencakup pengalaman, cerita, kepercayaan dan norma bersama yang dianut oleh jajaran perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari cara karyawannya berpakaian, berbicara, melayani tamu dan pengaturan kantor.

Dasar pemikiran: Suatu perusahaan akan memiliki hak hidup apabila perusahaan tersebut memiliki pasar, dan dikelola oleh orang-orang yang ahli dan menyenangi pekerjaannya. Agar perusahaan tersebut mampu melangsungkan hidupnya, ia dihadapkan pada masalah:

1.      intern,misalnya masalah perburuhan

2.      Ekstern,misalnya konsumen dan persaingan

3.      Lingkungan, misalnya gangguan keamanan

Pada dasarnya ada 3 hal yang dapat membantu perusahaan mengatasi masalah di atas yaitu:

1.      Perusahaan tersebut harus dapat menemukan sesuatu yang baru.

2.      Mampu menemukan yang terbaik dan berbeda

3.      Tidak lebih jelek dari yang lain

**BAB II** **PRINSIP ETIKA DALAM BISNIS SERTA ETIKA DAN LINGKUNGAN**

  **Prinsip Otonomi**

Prinsip otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Atau mengandung arti bahwa perusahaan secara bebas memiliki wewenang sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya dengan visi dan misi yang dimilikinya. Kebijakan yang diambil perusahaan harus diarahkan untuk pengembangan visi dan misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran dan kesejahteraan karyawan dan komunitasnya.

  **Prinsip Kejujuran**

Kejujuran adalah kunci keberhasilan para pelaku bisnis untuk mempertahankan bisnisnya dalam jangka panjang. Setidaknya ada 3 alasan mengapa prinsip kejujuran sangat relevan dalam dunia bisnis (Keraf;1998). Pertama, kejujuran relevan dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak bisnis. Kejujuran sangat penting bagi masing-masing pihak yang mengadakan perjanjian, dalam menentukan relasi dan keberlangsungan bisnis dalam masing-masing pihak selanjutnya. Tanpa kejujuran, masing-masing pihak akan melakukan bisnis dalam kecurangan. Kedua, kejujuran relevan dalam penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga sebanding. Hal ini penting membangun dan menjaga kepercayaan konsumen. Ketiga, kejujuran relevan dalam hubungan kerja internal suatu perusahaan. Eksistensi perusahaan akan bertahan lama jika hubungan dalam perusahaan dilandasi prinsip kejujuran.

  **Prinsip Keadilan**

Prinsip ini dikemukakan baik oleh Keraf (1998) maupun Oleh Weiss (2008) yang secara garis besar menyatakan bahwa prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan sesuai porsi yang menjadi haknya, sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria rasional objektif yang dapat dipertanggung jawabkan. Secara lebih sederhana, prinsip keadilan adalah prinsip yang tidak merugikan hak dan kepentingan orang lain. dasar prinsip keadilan adalah pengadaan atas harkat martabat manusia beserta hak hak yang melekat pada manusia.

  **Hormat pada diri sendiri**

Berdasar Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata hormat sebagai kata sifat memiliki arti sebagai menghargai (takzim, khidmat, sopan). Jadi dapat kita tarik kesimpulan bahwa rasa hormat memiliki pengertian sebagai suatu sikap untuk menghargai atau sikap sopan. Secara umum rasa hormat mempunyai arti yaitu merupakan suatu sikap saling meghormati satu sama lain yang muda, hormat kepada yang tua yang tua, menyayangi yang muda. Rasa hormat tidak akan lepas dari rasa menyayangi satu sama lain karena tanpa adanya rasa hormat, takkan tumbuh rasa saling menyayangi yang ada hanyalah selalu menganggap kecil atau remeh orang lain. Saling menghormati satu sama lain tentu saja memberikan manfaat yang sangat positif bagi diri maupun kenyamanan dalam menjalani hidup. Seperti misalnya dapat saling membutuhkan, saling mengisi, saling menguntungkan, dan saling menguatkan satu sama lain.

  **Hak dan Kewajiban**

Menurut Prof. Dr. Notonagoro: Hak adalah kuasa untuk menerima atau melakukan suatu yang semestinya diterima atau dilakukan melulu oleh pihak tertentu dan tidak dapat oleh pihak lain manapun juga yang pada prinsipnya dapat dituntut secara paksa olehnya. Kewajiban adalah sesuatu yang dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Sebagaimana telah ditetapkan dalam UUD 1945 pada pasal 28, yang menetapkan bahwa hak warga negara dan penduduk untuk berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan maupun tulisan, dan sebagainya, syarat-syarat akan diatur dalam undang-undang. Pasal ini mencerminkan bahwa negara Indonesia bersifat demokrasi.

  **Teori etika lingkungan**

1. Ekosentrisme Merupakan kelanjutan dari teori etika lingkungan biosentrisme. Oleh karenanya teori ini sering disamakan begitu saja karena terdapat banyak kesamaan. Yaitu pada penekanannya atas pendobrakan cara pandang antroposentrisme yang membatasi keberlakuan etika hanya pada komunitas manusia. Keduanya memperluas keberlakuan etika untukmencakup komunitas yang lebih luas.
2. Antroposentrisme adalah teori etika lingkungan yang memandang manusia sebagai pusat dari sistem alam semesta. Manusia dan kepentingannya dianggap yang paling menentukan dalam tatanan ekosistem dan dalam kebijakan yang diambil dalam kaitan dengan alam, baik secara langsung atau tidak langung. Nilai tertinggi adalah manusia dan kepentingannya.
3. Biosentrisme adalah etika lingkungan yang lebih menekankan kehidupan sebagai standar moral Sehingga bukan hanya manusia dan binatang saja yang harus dihargai secara moral tetapi juga tumbuhan. Menurut Paul Taylor, karenanya tumbuhan dan binatang secara moral dapat dirugikan dan atau diuntungkan dalam proses perjuangan untuk hidup mereka sendiri, seperti bertumbuh dan bereproduksi.
4. Zoosentrisme adalah etika yang menekankan perjuangan hak-hak binatang, karenanya etika ini juga disebut etika pembebasan binatang. Tokoh bidang etika ini adalah Charles Brich. Menurut etika ini, binatang mempunyai hak untuk menikmati kesenangan karena mereka dapat merasa senang dan harus dicegah dari penderitaan. Sehingga bagi para penganut etika ini, rasa senang dan penderitaan binatang dijadikan salah satu standar moral. Menurut *The Society for the Prevention of Cruelty to Animals*, perasaan senang dan menderita mewajibkan manusia secara moral memperlakukan binatang dengan penuh belas kasih
5. Neo-Utilitarisme Lingkungan neo-utilitarisme merupakan pengembangan etika utilitarisme Jeremy Bentham yang menekankan kebaikan untuk semua. Dalam konteks etika lingkungan maka kebaikan yang dimaksudkan, ditujukan untuk seluruh mahluk. Tokoh yang mempelopori etika ini adalah Peter Singer. Dia beranggapan bahwa menyakiti binatang dapat dianggap sebagai perbuatan tidak bermoral.
6. Anti-Spesiesme Teori ini menuntut perlakuan yang sama bagi semua makhluk hidup, karena alasan semuanya mempunyai kehidupan. Keberlakuan prinsip moral perlakuan yang sama (equal treatment). Anti-spesiesme membela kepentingan dan kelangsungan hidup spesies yang ada di bumi. Dasar pertmbangan teori ini adalah aspek sentience, yaitu kemampuan untuk merasakan sakit, sedih, gembira dan seterusnya.Inti dari teori biosentris adalah dan seluruh kehidupan di dalamnya, diberi bobot dan pertimbangan moral yang sama.
7. Prudential and Instrumental Argument, Prudential Argument menekankan bahwa kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia tergantung dari kualitas dan kelestarian lingkungan. Argumen Instrumental adalah penggunaan nilai tertentu pada alam dan segala isinya, yakni sebatas nilai instrumental. Dengan argumen ini, manusia mengembangkan sikap hormat terhadap alam.
8. Non-antroposentrisme, Teori yang menyatakan manusia merupakan bagian dari alam, bukan di atas atau terpisah dari alam.
9. The Free and Rational Being, Manusia lebih tinggi dan terhormat dibandingkan dengan mahkluk ciptaan lain karena manusia adalah satu-satunya mahkluk bebas dan rasional, oleh karena itu Tuhan menciptakan dan menyediakan segala sesuatu di bumi demi kepentingan manusia. Manusia mampu mengkomunikasikan isi pikirannya dengan sesama manusia melalui bahasa. Manusia diperbolehkan menggunakan mahkluk non-rasional lainnya untuk mencapai tujuan hidup manusia, yaitu mencapai suatu tatanan dunia yang rasional.
10. Teori Lingkungan yang Berpusat pada Kehidupan (Life-Centered Theory of Environment) Intinya adalah manusia mempunyai kewajiban moral terhadap alam yang bersumber dan berdasarkan pada pertimbangan bahwa, kehidupan adalah sesuatu yang bernilai. Etika ini diidasarkan pada hubungan yang khas anatara alam dan manusia, dan nilai yang ada pada alam itu sendiri.

  **Prinsip etika di lingkungan hidup**

Sebagai pegangan dan tuntunan bagi prilaku kita dalam berhadapan dengan alam , terdapat beberapa prinsip etika lingkungan yaitu :

1. Sikap Hormat terhadap Alam

Hormat terhadap alam merupakan suatu prinsip dasar bagi manusia sebagai bagian dari alam semesta seluruhnya

2. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab ini bukan saja bersifat individu melainkan juga kolektif yang menuntut manusia untuk mengambil prakarsa, usaha, kebijakan dan tindakan bersama secara nyata untuk menjaga alam semesta dengan isinya

3. Prinsip Solidaritas

Yaitu prinsip yang membangkitkan rasa solider, perasaan sepenanggungan dengan alam dan dengan makluk hidup lainnya sehigga mendorong manusia untuk menyelamatkan lingkungan

4. Prinsip Kasih Sayang dan Kepedulian

Prinsip satu arah , menuju yang lain tanpa mengaharapkan balasan, tidak didasarkan kepada kepentingan pribadi tapi semata-mata untuk alam

5. Prinsip “No Harm”

Yaitu Tidak Merugikan atau merusak, karena manusia mempunyai kewajiban moral dan tanggung jawab terhadap alam, paling tidak manusia tidak akan mau merugikan alam secara tidak perlu

6. Prinsip Hidup Sederhana dan Selaras dengan Alam

Pola konsumsi dan produksi manusia modern harus dibatasi. Prinsip ini muncul didasari karena selama ini alam hanya sebagai obyek eksploitasi dan pemuas kepentingan hidup manusia.

7. Prinsip Keadilan

Prinsip ini berbicara terhadap akses yang sama bagi semua kelompok dan anggota masyarakat dalam ikut menentukan kebijakan pengelolaan sumber daya alam dan pelestarian alam, dan dalam ikut menikmati manfaat sumber daya alam secara lestari

8. Prinsip Demokrasi

Prinsip ini didsari terhadap berbagai jenis perbeaan keanekaragaman sehingga prinsip ini terutama berkaitan dengan pengambilan kebijakan didalam menentukan baik-buruknya, tusak-tidaknya, suatu sumber daya alam.

9.Prinsip Integritas Moral

Prinsip ini menuntut pejabat publik agar mempunyai sikap dan prilaku moral yang terhormat serta memegang teguh untuk mengamankan kepentingan publik yang terkait dengan sumber daya alam.

**BAB III MODEL ETIKA DALAM BISNIS, SUMBER NILAI ETIKA DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ETIKA MANAJERIAL**

​Menurut Zimmerer, pihak yang bertanggung jawab terhadap moral etika adalah manajer. Oleh karena itu, ada tiga tipe manajer dilihat dari sudut etikanya, yaitu :

  **Immoral Manajemen**

Manajer Immoral didorong oleh Sumber : Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough, Entrepreneurship and The New Ventura Formation 1996 hal. 21, alasan kepentingan dirinya sendiri demi keuntungan sendiri atau perusahaannya. Kekuatan yang menggerakkan manajemen Imoral adalah kerakusan/ ketamakan, yaitu berupa prestasi organisasi atau keberhasilan personal. Manajemen immoral merupakan kutub yang berlawanan dengan manajemen etika. Misalnya, pengusaha yang menggaji karyawannya dengan gaji dibawah upah fisik minimum atau perusahaan yang meniru produk-produk perusahaan lain, atau perusahaan percetakan yang memperbanyak cetakannya melebihi kesepakatan dengan pemegang hak cipta dan sebagainya.

Immoral manajemen juga merupakan tingkatan terendah dari model manajemen dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis. Manajer yang memiliki manajemen tipe ini pada umumnya sama sekali tidak mengindahkan apa yang dimaksud dengan moralitas, baik dalam internal organisasinya maupun bagaimana dia menjalankan aktivitas bisnisnya. Para pelaku bisnis yang tergolong pada tipe ini, biasanya memanfaatkan kelemahan-kelemahan dan kelengahan-kelengahan dalam komunitas untuk kepentingan dan keuntungan diri sendiri, baik secara individu atau kelompok mereka. Kelompok manajemen ini selalu menghindari diri dari yang disebut etika. Bahkan hukum dianggap sebagai batu sandungan dalam menjalankan bisnisnya.

  **Amoral Manajemen**

 Tujuan utama dari manajemen amoral adalah juga profit, akan tetapi tindakannya berbeda dengan manajemen immoral. Ada satu cara kunci yang membedakannya, yaitu mereka tidak dengan sengaja melanggar hukum atau norma etika. Bahkan pada manajemen amoral adalah bebas kendali dalam mengambil keputusan, artinya mereka tidak mempertimbangkan etika dalam mengambil keputusan. Salah satu contoh dari manajemen amoral adalah penggunaan test lie detector bagi calon karyawan.

Tingkatan kedua dalam aplikasi etika dan moralitas dalam manajemen adalah amoral manajemen. Berbeda dengan immoral manajemen, manajer dengan tipe manajemen seperti ini sebenarnya bukan tidak tahu sama sekali etika atau moralitas. ). Tipe ini adalah para manajer yang dianggap kurang peka, bahwa dalam segala keputusan bisnis yang diperbuat sebenarnya langsung atau tidak langsung akan memberikan efek pada pihak lain. Oleh karena itu, mereka akan menjalankan bisnisnya tanpa memikirkan apakah aktivitas bisnisnya sudah memiliki dimensi etika atau belum. Manajer tipe ini mungkin saja punya niat baik, namun mereka tidak bisa melihat bahwa keputusan dan aktivitas bisnis mereka apakah merugikan pihak lain atau tidak.

  **Moral Manajemen**

 Manajemen moral juga bertujuan untuk meraih keberhasilan, tetapi dengan menggunakan aspek legal dan prinsip-prinsip etika. Filosofi manajer moral selalu melihat hukum sebagai standar minimum untuk beretika dalam perilaku. Dalam moral manajemen, nilai-nilai etika dan moralitas diletakkan pada level standar tertinggi dari segala bentuk prilaku dan aktivitas bisnisnya. Manajer yang termasuk dalam tipe ini hanya menerima dan mematuhi aturan-aturan yang berlaku namun juga terbiasa meletakkan prinsip-prinsip etika dalam kepemimpinannya. Seorang manajer yang termasuk dalam tipe ini menginginkan keuntungan dalam bisnisnya, tapi hanya jika bisnis yang dijalankannya secara legal dan juga tidak melanggar etika yang ada dalam komunitas, seperti keadilan, kejujuran, dan semangat untuk mematuhi hukum yang berlaku.

  **Sumber nilai etika**

**a.**     **Agama**

Banyak ajaran dan paham pada masing-masing agama. Dengan maksud pengertian Agama adalah sebuah koleksi terorganisir dari kepercayaan, sistem budaya, dan pandangan dunia yang menghubungkan manusia dengan tatanan/perintah dari kehidupan. Banyak agama memiliki [narasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Mitologi), [simbol](https://id.wikipedia.org/wiki/Simbol), dan sejarah suci yang dimaksudkan untuk menjelaskan makna hidup dan / atau menjelaskan asal usul kehidupan atau alam semesta. Dari keyakinan mereka tentang [kosmos](https://id.wikipedia.org/wiki/Kosmos) dan[sifat manusia](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Sifat_manusia&action=edit&redlink=1), orang memperoleh moralitas, [etika](https://id.wikipedia.org/wiki/Etika), [hukum agama](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Hukum_agama&action=edit&redlink=1) atau gaya hidup yang disukai. Menurut beberapa perkiraan, ada sekitar 4.200 agama di dunia.

**b.**     **Filosofi**

Pandangan hidup seseorang atau sekelompok orang. Arti Filosofi  yaitu studi mengenai kebijaksanaan, dasar dasar pengetahuan, dan proses yang digunakan untuk mengembangkan dan merancang pandangan mengenai suatu kehidupan. Filosofi memberi pandangan dan menyatakan secara tidak langsung mengenai sistem kenyakinan dan kepercayaan.  Setiap filosofi individu akan dikembangkan dan akan mempengaruhi prilaku dan sikap individu tersebut. Seseorang akan mengembangkan filosofinya melalui belajar dari hubungan interpersona, pengalaman pendidikan formal dan informal, keagamaan, budaya dan lingkungannya.

**c.**     **Budaya**

Ciri khas utama yang paling menonjol yaitu kekuluargaan dan hubungan kekerabatan yang erat. Definisi budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang, dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk [sistem](https://id.wikipedia.org/wiki/Sistem) [agama](https://id.wikipedia.org/wiki/Agama) dan [politik](https://id.wikipedia.org/wiki/Politik),adatistiadat, [bahasa](https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa),  perkakas, [pakaian](https://id.wikipedia.org/wiki/Pakaian), [bangunan](https://id.wikipedia.org/wiki/Bangunan), dan karya [seni](https://id.wikipedia.org/wiki/Seni). [Bahasa](https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa), sebagaimana juga budaya, merupakan bagian tak terpisahkan dari diri manusia sehingga banyak orang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetis. Ketika seseorang berusaha ber[komunikasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi)dengan orang-orang yang berbeda budaya, dan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya, membuktikan bahwa budaya itu dipelajari. Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Unsur-unsur sosio-budaya ini tersebar, dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia.

**d.**     **Hukum**

Biasanya hukum dibuat setelah pelanggaran – pelanggaran terjadi dalam komunitas. Arti hukum adalah sistem yang terpenting dalam pelaksanaan atas rangkaian kekuasaan kelembagaan. Dari bentuk penyalahgunaan kekuasaan dalam bidang politik, ekonomi dan masyarakat dalam berbagai cara dan bertindak, sebagai perantara utama dalam hubungan sosial antar [masyarakat](https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat) terhadap kriminalisasi dalam hukum pidana, [hukum pidana](https://id.wikipedia.org/wiki/Hukum_pidana) yang berupayakan cara negara dapat menuntut pelaku dalam konstitusi hukum menyediakan kerangka kerja bagi penciptaan hukum, perlindungan hak asasi manusia dan memperluas kekuasaan politik serta cara perwakilan mereka yang akan dipilih.

Administratif hukum digunakan untuk meninjau kembali keputusan dari pemerintah, sementara hukum internasional mengatur persoalan antara berdaulat negara dalam kegiatan mulai dari perdagangan lingkungan peraturan atau tindakan militer. filsuf Aristotle menyatakan bahwa “Sebuah supremasi hukum akan jauh lebih baik dari pada dibandingkan dengan peraturan tirani yang merajalela.”

**Ada beberapa faktor yang mempengaruhi etika manajerial mencakup :**

**1.**     **Leadership**

Kepemimpinan (Leadership) adalah kemampuan individu untuk mempengaruhi memotivasi, dan membuat orang lain mampu memberikan kontribusinya demi efektivitas dan keberhasilan organisasi … (House et. Al., 1999 : 184). Menurut Handoko (2000 : 294) definisi atau pengertian kepemimpinan telah didefiinisikan dengan berbagai cara yang berbeda oleh berbagai orang yang berbeda pula. Menurut Stoner, kepemimpinan manajerial dapat didefinisikan sebagai suatu proses pengarahan dan pemberian pengaruh pada kegiatan-kegiatan dari sekelompok anggota yang saling berhubungan tugasnya.

Ada tiga implikasi penting dari definisi tersebut, antara lain: Pertama, kepemimpinan menyangkut orang lain – bawahan atau pengikut. Kesediaan mereka untuk menerima pengarahan dari pemimpinan, para anggota kelompok membantu menentukan status/kedudukan pemimpin dan membuat proses kepemimpinan dapat berjalan. Tanpa bawahan, semua kualitas kepemimpinan seorang manajer akan menjadi tidak relevan. Kedua, kepemimpinan menyangkut suatu pembagian kekuasaan yang tidak seimbang di antara para pemimpin dan anggota kelompok. Para pemimpin mempunyai wewenang untuk mengarahkan berbagai kegiatan para anggota kelompok, tetapi para anggota kelompok tidak dapat mengarahkan kegiatan-kegiatan pemimpin secara langsung, meskipun dapat juga melalui sejumlah cara secara tidak langsung. Ketiga, pemimpin mempergunakan pengaruh. Dengan kata lain, para pemimpin tidak hanya dapat memerintah bawahan apa yang harus dilakukan tetapi juga dapat memepengaruhi bagaimana bawahan melaksanakan perintahnya.

**2.**     **Strategi dan Performasi**

Pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan [gagasan](https://id.wikipedia.org/wiki/Gagasan), perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun [waktu](https://id.wikipedia.org/wiki/Waktu) tertentu.Fungsi yang penting dari sebuah manajemen adalah untuk kreatif dalam menghadapi tingginya tingkat persaingan yang membuat perusahaannya mencapai tujuan perusahaan terutama dari sisi keuangan tanpa harus menodai aktivitas bisnisnya berbagai kompromi etika. Sebuah perusahaan yang jelek akan memiliki kesulitan besar untuk menyelaraskan target yang ingin dicapai perusahaannya dengan standar-standar etika. Karena keseluruhan strategi perusahaan yang disebut excellence harus bisa melaksanakan seluruh kebijakan-kebijakan perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan dengan cara yang jujur.

**3.**     **Karakteristik individu**

Merupakan suatu proses psikologi yang mempengaruhi individu dalam memperoleh, mengkonsumsi serta menerima barang dan jasa serta pengalaman. Karakteristik individu merupakan faktor internal (interpersonal) yang menggerakan dan mempengaruhi perilaku individu”.

**4.**     **Budaya Organisasi**

Menurut Mangkunegara, (2005:113), budaya organisasi adalah seperangkat asumsi atau sistem keyakinan, nilai-nilai dan norma yang dikembangkan dalam organisasi yang dijadikan pedoman tingkah laku bagi anggota-anggotanya untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal.

Budaya organisasi juga berkaitan dengan bagaimana [karyawan](http://id.wikipedia.org/wiki/Karyawan) memahami karakteristik budaya suatu organisasi, dan tidak terkait dengan apakah karyawan menyukai karakteristik itu atau tidak. Budaya organisasi adalah suatu sikap deskriptif, bukan seperti [kepuasan kerja](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Kepuasan_kerja&action=edit&redlink=1)yang lebih bersifat [evaluatif](http://id.wikipedia.org/wiki/Evaluasi).

**BAB IV NORMA DAN ETIKA DALAM PEMASARAN, PRODUKSI, MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DAN FINANSIAL**

  **Pasar dan Perlindungan Konsumen**

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, pasar berkaitan dengan kegiatannya bukan tempatnya. Ciri khas sebuah pasar adalah adanya kegiatan transaksi atau jual beli. Para konsumen datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya. Stanton, mengemukakan pengertian pasar yang lebih luas.

Pasar memiliki sekurang-kurangnya tiga fungsi utama, yaitu *fungsi distribusi, fungsi pembentukan harga,*dan*fungsi promosi.* Sebagai fungsi distribusi, pasar berperan sebagai penyalur barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui transaksi jual beli. Sebagai fungsi pembentukan harga, di pasar penjual yang melakukan permintaan atas barang yang dibutuhkan. Sebagai fungsi promosi, pasar juga dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru dari produsen kepada calon konsumennya.

Perlindungan konsumen adalah perangkat [hukum](http://id.wikipedia.org/wiki/Hukum) yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak [konsumen](http://id.wikipedia.org/wiki/Konsumen). Sebagai contoh, para penjual diwajibkan menunjukkan tanda harga sebagai tanda pemberitahuan kepada konsumen.

Menurut Undang-undang no. 8 Tahun 1999, pasal 1 butir 1 :“segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

·         GBHN 1993 melalui Tap MPR Nomor II/MPR/1993, Bab IV, huruf F butir 4a:

“ … pembangunan perdagangan ditujukan untuk memperlancar arus barang dan jasa dalam rangka menunjang peningkatan produksi dan daya saing, meningkatkan pendapatan produsen, melindungi kepentingan konsumen…”

**1.Perangkat Hukum Indonesia**

UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen [Republik Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia) menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi [barang](http://id.wikipedia.org/wiki/Barang) dan atau [jasa](http://id.wikipedia.org/wiki/Jasa); hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak [diskriminatif](http://id.wikipedia.org/wiki/Diskriminasi); hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya.

**2.Hukum Perlindungan Konsumen**

“Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa konsumen”.

Jadi kesimpulan dari pengertian –pengertian diatas adalah : Bahwa hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi para pihak yang mengadakan hubungan hukum atau yang bermasalah dalam keadaan yang tidak seimbang.

·         Pasal 2 UU No. 8/ 1999, tentang Asas Perlindungan Konsumen :

“Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”.

·         Sedangkan Pasal 3 UU No. 8/ 1999, tentang Tujuan Perlindungan Konsumen :Perlindungan Konsumen bertujuan :

1.      meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;

2.      mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakai barang dan/ atau jasa;

3.      meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

4.      menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;

5.      menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;

6.      meningkatkan kualitas barang dan/ atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/ atau jasa, kesehatan , kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

  **Etika Iklan**

Etika adalah Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (KBBI). Etikaiklanberguna untuk membuat konsumen tertarik, iklan harus dibuat menarik bahkan kadang dramatis. Tapi iklan tidak diterima oleh target tertentu (langsung). Iklan dikomunikasikan kepada khalayak luas (melalui media massa komunikasi iklan akan diterima oleh semua orang: semua usia, golongan, suku, dsb). Sehingga iklan harus memiliki etika, baik moral maupun bisnis.

**Ciri-ciri iklan yang baik**

·         Etis: berkaitan dengan kepantasan.

·         Estetis: berkaitan dengan kelayakan (target market, target audiennya, kapan harus ditayangkan?).

·         Artistik: bernilai seni sehingga mengundang daya tarik khalayak.

**Contoh Penerapan Etika**

·         Iklan rokok: Tidak menampakkan secara eksplisit orang merokok.

·         Iklan pembalut wanita: Tidak memperlihatkan secara realistis dengan memperlihatkan daerah kepribadian wanita tersebut

·         Iklan sabun mandi: Tidak dengan memperlihatkan orang mandi secara utuh.

**Etika Secara Umum**

·         Jujur : tidak memuat konten yang tidak sesuai dengan kondisi produk yang diiklankan

·         Tidak memicu konflik SARA

·         Tidak mengandung pornografi

·         Tidak bertentangan dengan norma-norma yang berlaku.

·         Tidak melanggar etika bisnis, ex: saling menjatuhkan produk tertentu dan sebagainya.

·         Tidak plagiat

  **Privasi Konsumen**

**Kebebasan Konsumen Dalam Etika**

Teknologi komunikasi selalu berkembang mengikuti apa yang diinginkan oleh manusia. Informasi dan pesan yang disampaikan semakin beragam. Cara- cara penyampaiannya semakin beragam pula. Untuk membuat semua hal tersebut tetap berada di koridor yang tepat, butuh suatu peraturan yang menjadi landasannya.

Masyarakat sebagai konsumen dari produk- produk komunikasi harus mendapat perlindungan dan pelayanan yang baik. Pemerintah yang bertanggung jawab menjamin adanya hal tersebut harus mampu mengeluarkan regulasi yang pro-masyarakat. Pemerintah harus mampu mengatur jalannya pemanfaatan teknologi komunikasi yang tidak merugikan masyarakat.Perlu ada tatanan kebijakan dan hukum yang tepat bagi penyelenggaraan kegiatan komunikasi. Mengenai definisinya, antara kebijakan dan hukum punya arti yang berbeda. Kebijakan adalah keputusan yang dibuat pemerintah dan masyarakat untuk menentukan struktur media dan mengaturnya sehingga mereka punya kontribusi yang bagus bagi masyarakat. Sementara hukum adalah peraturan yang dibuat para legislatif dan diperkuat dengan dibentuknya suatu lembaga negara.

Selain itu yang perlu ditekankan dalam media adalah menghindari penyampaian informasi yang mengandung fitnah serta ketidaksenonohan. Fitnah adalah suatu penulisan atau pemberitaan atau penginformasian yang isinya tidak sesuai dengan kenyataan dan menghancurkan reputasi atau nama baik pihak tertentu. Sedangkan ketidaksenonohan misalnya adalah munculnya kata- kata kotor dalam media.Peraturan tentang privasi juga perlu diperhatikan oleh media. Media tidak boleh mengekspose terlalu dalam kehidupan seseorang atau narasumber. Apalagi sudah di luar konteks informasi utama yang dicari untuk bahan berita.

Berbagai peraturan ketat seperti yang diuraikan diatas merupakan implikasi dari kebebasan yang sudah di dapatkan oleh media. Media harus mempunyai rasa tanggung jawab dalam mengemban kebebasan itu dengan tetap melakukan penyebarluasan informasi yang kredibel. Selain aturan, hal lain yang krusial dan harus diperhatikan dalam aktivitas media adalah etika.

  **Multimedia Etika Bisnis**

Pada awalnya multimedia hanya mencakup media yang menjadi konsumsi indra penglihatan (gambar diam, teks, gambar gerak video, dan gambar gerak rekaan/animasi), dan konsumsi indra pendengaran (suara). Dalam perkembangannya multimedia mencakup juga kinetik (gerak) dan bau yang merupakan konsupsi indra penciuman. Multimedia mulai memasukkan unsur kinetik sejak diaplikasikan pada pertunjukan film 3 dimensi yang digabungkan dengan gerakan pada kursi tempat duduk penonton. Kinetik dan film 3 dimensi membangkitkan *sense* realistis.

Pengertian multimedia  ialah penyampaian suatu berita yang meyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi, dan video sama dengan apa yang biasa kita sebut dengan media cetak, media elektronik, dan media online.yang menggunakan alat bantu (tool) dan koneksi (link) sehingga pengguna bisa mengetahui  apa yang ditampilkan dalam multimedia tersebut ( biasanya multimedia sering digunakan dalam dunia hiburan ). Multimedia dimanfaatkan juga dalam dunia [pendidikan](http://id.wikipedia.org/wiki/Pendidikan) dan [bisnis](http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis). Di dunia [pendidikan](http://id.wikipedia.org/wiki/Pendidikan), multimedia digunakan sebagai media pengajaran, baik dalam kelas maupun secara sendiri-sendiri. Di dunia [bisnis](http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis), multimedia digunakan sebagai media profil [perusahaan](http://id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan), profil produk, bahkan sebagai media [kios informasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Kios_informasi) dan [pelatihan](http://id.wikipedia.org/wiki/Pelatihan) dalam sistem *e-learning*.

Salah satu cara pemasaran yang efektif adalah melalui multimedia. Bisnis multimedia berperan penting dalam menyebarkan informasi, karena *multimedia is the using of media variety to fulfill commu­nications goals.*Elemen dari multimedia terdiri dari *teks, graph, audio, video, and animation.*Bicara mengenai bisnis multimedia, tidak bisa lepas dari stasiun TV, koran, majalah, buku, radio, *internet provider, event organizer, advertising agency,*dll. Multimedia memegang peranan penting dalam penyebaran informasi produk salah satunya dapat terlihat dari iklan-iklan yang menjual satu kebiasaan/produk yang nantinya akan menjadi satu kebiasaan populer. Sebagai  saluran komunikasi, media berperan efektif sebagai pembentuk sirat konsumerisme.

Etika dalam berbisnis tidak dapat diabaikan, sehingga pelaku bisnis khususnya multimedia, dalam hal ini perlu merumuskan kode etik yang harus disepakati oleh *stakeholder,*termasuk di dalamnya *production house,*stasiun TV, radio, penerbit buku, media masa, *internet provider, event organizer, advertising agency,*dll.

  **Etika Produksi**

Sebelum kita membahas etika dalam produksi lebih baik sayan akan jelaskan makna dari produksi. Produksi adalah menghasilkan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan” Atau bila kita artikan secara konvensional, produksi adalah proses menghasilkan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber daya yang adasehingga dalam berproduksi kita pun harus mempunyai etika yang dapat melindungi konsumen dan menguntungkan produsen.

Etika dalam produksi perlu karena semua pekerjaan harus ada dasar etika nya apalagi di dalam produksi sangatlah diperlukan guna untuk dapat mengetahui maksud dan tujuan produksi atau unuk dimengerti oleh teman bisnis atau lawan bisnis jika tidak terdapat etika dalam produksi dikhawatirkan akan terjadi cara atau produksi yang tidak sehat atau yang tidak sesuai dengan harapan.Oleh karena itu sangatlah penting etika dalam produksi dengan adanya sistem etika dalam produksi si pelaku bisnis atau dalam melakukan produksi dapat memahami cara produksi dan bagaimana ia menjalani produksiyang sesuai dengan etika atau peraturan yang berlaku baik bagi si pelaku bisnis ataupun bagi dalam produksi yang menggunakan etika bisnis didalam nya itulah tadi secara singkat sistem.

Tanggung jawab Produksi: Produk harus diproduksi dengan keyakinan menjaga keselamatan pelanggan. Label peringatan harus ada guna mencegah kecelakaan karena salah dalam penggunaan dan adanya efek samping.Tanggung jawab penjualan : perusahaan tidak melakukan strategi penjualan yang terlalu agresif atau iklan yang berlebihan. Etika -etika tersebut antara lain:

1.      Produsen harus memperhatikan kualitas,mutu,bahan dari barang yang diproduksinya

2.      Produsen harus memperhatikan kehalalan bagi umat islam jika produk itu memang ditujukan untuk umat islam

3.      Produsen juga harus memperhatikan keinginan konsumen

4.      Produsen harus menaruh kejujuran diatas segalanya

5.      Produsen harus bertanggung jawab atas barang yang diproduksinya

6.      Produsen harus mematuhi hukum yang berlaku

7.      Produsen harus menjaga lingkungan dalam proses produksinya

  **Pemanfaatan SDM**

Dalam pengertian sehari-hari, Sumber Daya Manusia (SDM) lebih dimengerti sebagai bagian integral dari sistem yang membentuk suatu organisasi. Oleh karena itu, dalam bidang kajian psikologi, para praktisi SDM harus mengambil penjurusan industri dan organisasi. Dalam pemanfaatan SDM, permasalahan yang masih dihadapi oleh bangsa Indonesia adalah sebagai berikut:

1.      Kualitas SDM yang sebagian besar masih rendah atau kurang siap memasuki dunia kerja atau dunia usaha.

2.      Terbatasnya jumlah lapangan kerja.

3.      Jumlah angka pengangguran yang cukup tinggi.

Dalam pemanfaatan sumber daya  tersebut maka solusinya adalah dengan melaksanakan program pelatihan bagi tenaga kerja sehingga tenaga kerja memiliki keahlian yang sesuai dengan lapangan yang tersedia, pembukaan investasi-investasi baru, melakukan program padat karya, serta memberikan penyuluhan dan informasi yang cepat mengenai lapangan pekerjaan. Keberhasilan upaya tersebut di atas, pada akhirnya diharapkan dapat menciptakan basis dan ketahanan perekonomian rakyat yang kuat dalam menghadapi persaingan global baik di dalam maupun di luar negeri dan pada gilirannya dapat mempercepat terwujudnya kemandirian bangsa.

  **Etika Kerja**

Etika kerja adalah sistem nilai atau norma yang digunakan oleh seluruh karyawan [perusahaan](https://id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan), termasuk pimpinannya dalam pelaksanaan kerja sehari-hari. Perusahaan dengan etika kerja yang baik akan memiliki dan mengamalkan nilai-nilai, yakni : kejujuran, keterbukaan, loyalitas kepada perusahaan, konsisten pada keputusan, dedikasi kepada stakeholder, kerja sama yang baik, disiplin, dan bertanggung jawab.

  **Hak-hak Kerja**

Ada 8 hak kerja, yaitu:

1.         Hak dasar pekerja dalam hubungan kerja

2.     Hak dasar pekerja atas jaminan sosial dan K3 (Keselamatan dan Kesehatan kerja)

3.      Hak dasar pekerja atas perlindungan

4.      Hak dasr pekerja atas pembatasan waktu kerja, istirahat, cuti dan libur

5.      Hak dasar untuk membuat PKB

6.      Hak dasar mogok

7.      Hak dasar khusus untuk pekerja perempuan

8.      Hak dasar pekerja mendapatkan perlindungan atas tindakan PHK

  **Hubungan Saling Mengutungkan**

Manajemen finansial terkait dengan tanggung jawab atas *performance* perusahaan terhadap penyandang dana. Hubungan baik dijalin dengan memberikan margin dan saling memberikan manfaat positif. Adanya balas jasa perusahaan terhadap investor berbentuk *rate of return*. Hubungan pertanggungjawaban sebagai petunjuk konsistensi dan dan konsekuensi yang logis. Hubungan pertanggung jawaban dilakukan secara layak dan wajar. Prinsip ini menuntut agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain. Dalam dunia bisnis, prinsip ini menuntut persaingan bisnis haruslah bisa melahirkan suatu *win-win situation.*

  **Persepakatan Penggunaan Data**

Dana yang diperoleh sebuah bisnis perlu dialokasikan dengan tepat.Pengelola perusahaan mau memberikan informasi tentang rencana penggunaan dana sehingga penyandang dana dapat mempertimbangkan peluang return dan resiko. Rencana penggunaan dana harus benar-benar transparan, komunikatif dan mudah dipahami. Semua harus diatur atau ditentukan dalam perjanjian kerja sama penyandang dana dengan alokator dana

Opini saya mengenai materi etika bisnis, sangat penting untuk kita mengetahui bagaimana cara kita berbisnis dengan benar mengetahui etika etika yang harus diperhatikan dalam berbisnis, dengan kita mengetahui ilmu yang didapat seperti apa saya etika-etika dalam berbisnis, hak hak pekerja, privasi konsumen dan prinsip-prinsip dan norma dalam bisnis dll kita mendapaatkan manfaat dan ilmu yang didapatkan dapat kita terapkan saat berbisnis, sehingga itu bisnis akan berjalan dengan baik dan lancar apabila kita memperhatikan hal- hal seperti yang ada dalam etika bisnis.

Sumber :

<http://dedifahradi.blogspot.co.id/2011/06/hakikat-etika-bisnis.html>

<http://aananerih.blogspot.co.id/2011/09/pengertian-etika-dan-etika-bisnis.html>

<https://dwintapuspa.wordpress.com/2014/11/09/klasifikasi-etika/>

<http://etika-kita.blogspot.co.id/2008/04/perbedaan-pengertian-etika-etiket-moral.html>

http://keziaacchh95.blogspot.co.id/2016/11/norma-dan-etika-dalam-pemasaran.html

Untung, Budi. 2012. “Hukum dan Etika Bisnis”. Yogyakarta : Andi

http://dwinurulfitri3.blogspot.com/2017/03/rangkuman-materi-etika-bisnis.html