

ETIKA BISNIS (2 SKS) **Semester Ganjil 2026/2027**

Dosen Pengampu: Estu Mahanani, SP., MM

UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA (UPI Y.A.I)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

Deskripsi Singkat MK

Pada mata kuliah ini mahasiswa belajar tentang bagaimana etika bisnis yang ada di dalam kehidupan sehari-hari dan lingkungan perusahaan. Mengingat bisnis beretika menjadi sangat penting di era digital society 5.0 dan VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*) saat ini. Media sosial dapat menjadi sarana promosi aktivitas bisnis yang beretika atau sebaliknya, menjadi sarana penghancur citra perusahaan jika perusahaan melakukan aktivitas bisnis yang tidak beretika seperti merusak lingkungan, tidak menerapkan GCG atau praktik-praktik yang dapat merugikan pemangku kepentingan bisnis tersebut. Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa akan mempunyai gambaran bagaimana etika bisnis diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari dan dalam lingkungan perusahaan sebelum mahasiswa memasuki dunia kerja.

Materi Pembelajaran

1. Pengantar etika bisnis
2. Pengertian, Pendekatan, Prinsip, Peran dan Manfaat Etika Bisnis
3. Teori-teori dalam etika bisnis
4. Perilaku etis dan tidak etis
- 4 Arah bisnis dan tujuan penerapan etika dalam aspek bisnis, norma dan hukum,
5. Etika dalam bisnis-bisnis internasional
6. Sumber-sumber dan nilai dalam perilaku etika
7. Etika dan kebudayaan perusahaan,
8. UTS
9. Etika bisnis dilihat dari sudut pandang karyawan dan perusahaan,
11. Hubungan etis konsumen dan perusahaan,
12. Pengambilan keputusan etis dalam perusahaan,
- 13 *Good Corporate Governance*
14. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)
15. Etika Bisnis dan implementasi E-commerce

DAFTAR PUSTAKA

UTAMA

1. J. Brooks, Leonard, Paul Dunn. (2021). **Etika Bisnis Professional Untuk Direktur, Eksekutif dan Akuntan**. *Business & Professional Ethics for Directors, Executives & Accountants*. Edisi 8. Penerbit Salemba Empat.
2. Hartman, Laura. P., Joseph Des Jardins., & Chris MacDonald. (2014). **Business Ethics, Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility (3rd Edition)**. USA: McGraw-Hill.
3. Jardins, Joseph.D. (2014). **An Introduction to Business Ethics (5th Edition)**. USA: McGraw-Hill.
4. Lawrence, Anne.T., James Weber. (2014). **Business and Society, Stakeholders, Ethics, Public Policy (14th Edition)**. USA: McGraw- Hill.
5. Ernawan, Erni. R., (2007). **Business Ethics** (Cetakan Pertama). Bandung: Alfabeta.
6. Fahmi, Irham. (2014). **Etika Bisnis, Teori, Kasus dan Solusi** (Cetakan Kedua). Bandung: Alfabeta.
7. Keraf, A. Sonny. (1998). **Etika Bisnis** (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Kanisius.
8. Rudito, Bambang., Melia Famiola. (2007). **Etika bisnis dan tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia** (Cetakan Pertama) Bandung: Rekayasa Sains
9. Arijanto, Agus. (2012). **Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis** (Cetakan Kedua). Jakarta: Raja Grafindo.
10. Pieris Jhon, Nizam Jim. (2007). **Etika Bisnis dan GCG**. Penerbit Pelangi Cendekia. Jakarta.

PENDUKUNG

1. Mahanani, Estu., (2022). **Pengantar Bisnis: Suatu Konsep dan Strategi**. CV. Eureka Media Aksara.
2. Mahanani, Estu dan Sari, Bida., et.all. (2022). **Kewirausahaan. Panduan Menjadi Wirausaha di Era Society 5.0**. Penerbit Adab.
3. Mahanani, Estu et.all. (2022). **Business and Digital Economy**. Media Sains Indonesia.
4. Mahanani, Estu et. all. (2022). **Konsep dan Implementasi Manajemen Strategi**. CV. Eureka Media Aksara.
5. Mahanani, Estu et. all. (2024). **Perilaku Konsumen: Konsep dan Implementasi**. CV. Eureka Media Aksara.
6. Mahanani, Estu et. all. (2022). **Bisnis International**. CV. Media Sains Indonesia.
7. Mahanani, Estu et. all. (2022). **Bisnis Digital: Sebuah Peluang di Era Digital**. CV. Adanu Abimata
8. Mahanani, Estu et. all. (2022). **Manajemen Pemasaran: Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0**. CV. Eureka Media Aksara
9. Mahanani, Estu et. all. (2025). **Digital Marketing 5.0**. CV. Eureka Media Aksara

Bab 1.

Pengantar Etika Bisnis

1.1. Pendahuluan

Etika bisnis adalah suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pelaku-pelaku bisnis. Masalah etika dan ketaatan pada hukum yang berlaku merupakan dasar yang kokoh yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis dan akan menentukan tindakan apa dan perilaku bagaimana yang akan dilakukan dalam bisnisnya. Hal ini juga merupakan tanggungjawab bersama, bukan saja hanya tanggung jawab pelaku bisnis tersebut, sehingga diharapkan akan terwujud situasi dan kondisi bisnis yang sehat dan bermartabat yang pada akhirnya dapat bermanfaat bagi masyarakat, bangsa dan negara.

Apabila moral pengusaha maupun pelaku bisnis merupakan sesuatu yang memotivasi seseorang untuk melakukan kebaikan, etika bertindak sebagai rambu-rambu (*sign*) yang merupakan kesepakatan secara rela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang bermoral akan mampu mengembangkan etika (pedoman/rambu-rambu) yang menjamin kegiatan bisnis yang baik dan seimbang, selaras, dan serasi. Etika sebagai suatu patokan dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (*good conduct*) yang harus selalu dipatuhi dan dilaksanakan. Etika di dalam bisnis sudah tentu harus disepakati oleh orang-orang yang berada dalam kelompok bisnis tersebut serta kelompok yang terkait lainnya.

Dunia bisnis, tidak hanya mengenai hubungan antara pengusaha dengan pengusaha, tetapi mempunyai kaitan secara nasional bahkan internasional. Tentu dalam hal ini, untuk mewujudkan etika dalam berbisnis perlu pembicaraan yang transparan antara semua pihak, baik pengusaha, pemerintah, masyarakat, maupun bangsa lain agar tidak hanya satu pihak yang menjalankan etika, sementara pihak lain berpijak kepada apa yang mereka inginkan. Artinya, kalau ada pihak terkait yang tidak mengetahui dan menyetujui adanya etika moral, jelas apa yang disepakati oleh kalangan bisnis tadi tidak akan pernah bisa diwujudkan. Jadi, jelas

untuk menghasilkan suatu etika di dalam berbisnis yang menjamin adanya kepedulian antara satu pihak dan pihak lain, perlu pembicaraan yang bersifat global yang mengarah kepada suatu aturan yang tidak merugikan siapapun dalam perekonomian.

1.2. Pengertian Etika Bisnis

Untuk memahami apakah "*etika*", maka perlu membandingkannya dengan moralitas. Pengertian etika berasal dari bahasa Yunani "*Ethos*" berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi lainnya.

Pengertian tersebut relatif sama dengan moralitas. Moralitas berasal dari bahasa latin "*Mos*" yang dalam bentuk jamaknya "*Mores*" berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi, pengertian secara umum, etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.

Etika berisikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam kehidupannya. Hal ini berkaitan dengan perintah dan larangan langsung yang nyata. Pengertian etika yang kedua lebih normatif sehingga mengikat setiap pribadi manusia.

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis (Velasquez, 2005).

Menurut *Business & Society - Ethics and Stakeholder Management Business Stakeholder* (Carroll & Buchholtz, 2000): *Ethics is the discipline that deals with what is good and bad and with moral duty and obligation. Ethics can also be regarded as a set of moral principles or values. Morality is a doctrine or system of moral conduct. Moral conduct refers to that which relates to principles of right and wrong in behavior. Business*

ethics, therefore, is concerned with good and bad or right and wrong behavior that takes place within a business context. Concepts of right and wrong are increasingly being interpreted today to include the more difficult and subtle questions of fairness, justice, and equity.

Definisi Etika bisnis menurut para ahli :

1. **Sinaulan (2016:25):** Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting yaitu membentuk perusahaan yang kokoh dan berdaya saing tinggi serta mempunyai kemampuan dalam menciptakan sebuah nilai (value-creation), sehingga dibutuhkan landasan yang kokoh pula.
2. **Hasoloan (2016:5-6):** Etika bisnis adalah segmen etika terapan yang mencoba untuk mengontrol dan memeriksa pengaturan moral dan etika perusahaan. Etika bisnis juga mendalami seberapa baik atau seberapa buruknya badan usaha yang membahas masalah mengenai moral dan etika, lalu menunjukan apa yang salah dalam proses kegiatan. Semua ini mencakup aspek bisnis dimulai dari produksi, keuangan, dan pemasaran. Hal ini juga diberlakukan untuk seluruh industri dan dapat deskriptif atau normatif dalam disiplin ilmu.
3. **Muslim (2017:150):** Etika Bisnis untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh kegiatan bisnis yang berkaitan baik dengan individu, perusahaan, Industri, dan juga masyarakat itu sendiri. Seluruhnya mencakup mengenai bagaimana kita dalam menjalankan bisnis harus secara adil, taat pada hukum, dan tidak bergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.
4. **Ardiansyah (2017:17)** dalam bukunya “Etika bisnis” ialah prinsip-prinsip moral atau aturan mengenai tingkah laku atau kaidah-kaidah etik yang di anut dalam melakukan kegiatan bisnis, baik untuk digunakan institusi maupun dalam pelaksanaan kegiatan bisnis.
5. **Kamel dan Geoffrey (Ardiansyah, 2017:18):** etika bisnis sebagai suatu usaha untuk menerapkan dan mempraktikkan alat dan konsep yang di kembangkan filsafat untuk memisahkan mana yang benar dan salah, dan juga hal-hal yang diinginkan dan yang tidak diinginkan oleh dunia Corporate.

6. **Amran (Kusuma & Fatmawati, 2019:4):** Etika bisnis mempunyai peranan yang lebih tinggi dibandingkan dengan hukum. Alasan pertama, hukum sebagai salah satu sarana atau alat pengawasan (*social control*) yang sangat efektif dalam mengendalikan praktik bisnis yang tidak sehat. Kedua, bisnis itu tidak bisa lepas dari faktor-faktor hukum, akan tetapi hukum saja belum cukup dalam mengatur kegiatan bisnis, terdapat faktor pendukung salah satunya etika. Ketiga, etika bisnis sebagai dasar terbentuknya hukum (substentif) tidak sebaliknya hukum yang membentuk etika bisnis.

Permasalahan yang dihadapi dalam etika bisnis pada dasarnya ada tiga jenis masalah, yaitu:

1. **Sistematik**, yaitu masalah-masalah sistematik dalam etika bisnis pertanyaan-pertanyaan etis yang muncul mengenai sistem ekonomi, politik, hukum, dan sistem sosial lainnya di mana bisnis beroperasi.
2. **Korporasi**, yaitu permasalahan korporasi dalam perusahaan bisnis adalah pertanyaan-pertanyaan yang dalam perusahaan-perusahaan tertentu. Permasalahan ini mencakup pertanyaan tentang moralitas aktivitas, kebijakan, praktik dan struktur organisasional perusahaan individual sebagai keseluruhan.
3. **Individu**, yaitu permasalahan individual dalam etika bisnis adalah pertanyaan yang muncul seputar individu tertentu dalam perusahaan. Masalah ini termasuk pertanyaan tentang moralitas keputusan, tindakan, dan karakter individual.

1.3. Perkembangan Etika Bisnis

Di era industri 4.0, era society 5.0 dan VUCA, maka dunia bisnis harus mengikuti keadaan saat ini. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan aktivitas bisnisnya tentu harus mengikuti norma-norma dan aturan yang berlaku sekarang. Kegiatan bisnis penuh dengan dinamika, siasat, taktik maupun cara-cara strategis dan bahkan saling menjatuhkan image antar pesaing sering kali terjadi.

Bisnis yang dilakukan sesuai dengan aturan, norma, dan etika akan menguntungkan perusahaan itu sendiri maupun masyarakat luas. Karena

citra perusahaan yang baik, seperti akuntabel, dan memiliki *Good Corporate Governance* adalah citra perusahaan yang penting baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

Untuk mengetahui etika bisnis secara terperinci, maka berikut perkembangannya (Bertens, 2000).

1. ***Zaman Prasejarah:*** Pada awal sejarah filsafat, Plato, Aristoteles, dan filsuf-filsuf Yunani lain menyelidiki bagaimana sebaiknya mengatur kehidupan manusia bersama dalam negara dan membahas bagaimana kehidupan ekonomi dan kegiatan niaga harus diatur.
2. ***Masa Peralihan: pada 1960-an:*** dimulainya-pemberontakan terhadap kuasa dan otoritas di Amerika Serikat (AS), revolusi mahasiswa (di ibukota Perancis), penolakan terhadap *establishment* (kemapanan). Hal ini memberi perhatian pada dunia pendidikan, khususnya bidang ilmu manajemen, yaitu dengan menambahkan mata kuliah baru dalam kurikulum dengan nama *Business and Society*. Topik masalah yang paling sering dibahas adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
3. ***Etika Bisnis Lahir di Amerika Serikat pada 1970-an:*** sejumlah filsuf mulai terlibat dalam memikirkan masalah-masalah etis di sekitar bisnis dan etika bisnis dianggap sebagai suatu tanggapan tepat atas krisis moral yang sedang meliputi dunia bisnis di Amerika Serikat pada saat itu.
4. ***Etika Bisnis meluas ke Eropa: tahun 1980-an di Eropa Barat,*** etika bisnis sebagai ilmu baru mulai berkembang kira-kira 10 tahun kemudian. Terdapat forum pertemuan antara akademisi dari universitas serta sekolah bisnis yang disebut *European Business Ethics Network (EBEN)*.
5. ***Etika Bisnis menjadi Fenomena Secara Global pada 1990-an,*** dan tidak hanya terbatas lagi pada dunia Barat (Eropa, Amerika Serikat). Tetapi etika bisnis sudah dikembangkan di seluruh dunia. Bahkan telah didirikan *International Society for Business, Economics, and Ethics (ISBEE)* pada 25-28 Juli 1996 di Tokyo, Jepang.

1.4. Perilaku Tidak Etis

Mengapa pebisnis melakukan tindakan bisnis yang tidak 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” dan “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” diinterpretasikan 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*. *Problemnya* 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 tanggungjawab sosial.

Pertanyaan:

Dalam menciptakan etika bisnis, sebutkan hal-hal yang perlu diperhatikan?

Jawaban:

Dalam menciptakan etika bisnis, hal-hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Pengendalian diri
2. Pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan (*social responsibility*)
3. Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk goyah oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi
4. Menciptakan persaingan yang sehat
5. Menerapkan konsep "pembangunan berkelanjutan"
6. Menghindari sifat KKN (Kolusi, Korupsi, dan Nepotisme) yang dapat merusak tatanan moral
7. Harus mampu untuk menyatakan hal benar itu adalah benar
8. Membentuk sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha ke bawah
9. Konsekuen dan konsisten dengan aturan-aturan yang telah disepakati bersama
10. Menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati (*sense of belonging*)
11. Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif berupa peraturan maupun perundang-undangan