



Implementasi **Etika Bisnis** di Era Modern

Nadia Sasmita Wijayanti, M.Si



Implementasi

Etika Bisnis

di Era Modern

Nadia Sasmita Wijayanti, M.Si



Implementasi Etika Bisnis di Era Modern

Copyright© PT Penerbit Penamuda Media, 2024

Penulis:

Nadia Sasmita Wijayanti, M.Si

ISBN:

978-623-8586-92-9

Desain Sampul:

Tim PT Penerbit Penamuda Media

Tata Letak:

Enbookdesign

Diterbitkan Oleh

PT Penerbit Penamuda Media

Casa Sidoarium RT 03 Ngentak, Sidoarium Dodeam Sleman Yogyakarta

HP/Whatsapp : +6285700592256

Email : penamudamedia@gmail.com

Web : www.penamuda.com

Instagram : @penamudamedia

Cetakan Pertama, Juni 2024

xii + 183, 15x23 cm

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

*Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku
tanpa izin Penerbit*

Kata Pengantar

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya, buku berjudul "Implementasi Etika Bisnis di Era Modern" ini dapat hadir di tengah-tengah pembaca. Buku ini disusun dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang pentingnya penerapan etika dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan dinamis.

Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, bisnis tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga dituntut untuk mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan yang diambil. Etika bisnis menjadi landasan penting bagi perusahaan untuk menjalankan operasionalnya dengan integritas, transparansi, dan tanggung jawab. Buku ini hadir untuk menjawab kebutuhan akan panduan praktis dan teori yang dapat membantu para pelaku bisnis, akademisi, dan mahasiswa dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam kegiatan bisnis mereka.

Melalui buku ini, pembaca akan diajak untuk mengeksplorasi berbagai konsep etika bisnis, tantangan yang dihadapi dalam penerapannya, serta studi kasus nyata yang menggambarkan bagaimana etika dapat menjadi faktor kunci dalam kesuksesan jangka panjang sebuah perusahaan. Diharapkan buku ini dapat menjadi referensi yang berguna dan memberikan wawasan baru tentang pentingnya etika

dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan dunia bisnis di Indonesia dan global. Selamat membaca!

Juni 2024

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii

BAB 1

Etika Bisnis dan Organisasi	1
A. Konsep Etika Bisnis	2
B. Relevansi Etika Bisnis dalam Konteks Organisasi Modern .	10
C. Peran Pemimpin dalam Mempromosikan Etika Bisnis	13
Rangkuman	17
Evaluasi	18

BAB 2

Business Ethics Problem	19
A. Identifikasi Masalah Etika Bisnis Umum	20
B. Studi Kasus Etika Bisnis Kontempore	23
C. Tantangan dan Kesulitan dalam Penyelesaian Masalah Etika Bisnis	24
Rangkuman	27
Evaluasi	28

BAB 3

Peran Etika dalam Bisnis	29
A. Mengapa Etika Penting dalam Konteks Bisnis	30
B. Membangun Budaya Organisasi yang Berbasis Etika.....	33
C. Meningkatkan Reputasi dan Kepercayaan melalui Praktik Bisnis Etis	35
Rangkuman.....	37
Evaluasi	38

BAB 4

Implementasi Etika Bisnis	39
A. Langkah-langkah Implementasi Etika Bisnis di Organisasi	41
B. Penegakan Kebijakan dan Prosedur Etika Bisnis.....	43
C. Memfasilitasi Diskusi dan Pelatihan tentang Etika Bisnis ..	45
Rangkuman.....	48
Evaluasi	49

BAB 5

Teori Etika Bisnis	51
A. Pendekatan Normatif dalam Teori Etika Bisnis.....	52
B. Pendekatan Deskriptif dalam Teori Etika Bisnis	56
C. Kritik dan Evaluasi Terhadap Teori-teori Etika Bisnis.....	61
Rangkuman.....	66

Evaluasi	67
----------------	----

BAB 6

Corporate Social Responsibilities	69
--	-----------

A. Definisi dan Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	70
B. Strategi Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .	73
C. Dampak Positif CSR terhadap Masyarakat dan Lingkungan	76
Rangkuman	79
Evaluasi	80

BAB 7

Implementasi dan Dampak Buruk	81
--	-----------

A. Tantangan dalam Implementasi Etika Bisnis	82
B. Dampak Buruk dari Praktik Bisnis yang Tidak Etis	85
C. Upaya Mengatasi Dampak Negatif Etika Bisnis.....	86
Rangkuman	89
Evaluasi	90

BAB 8

Etika Produksi.....	91
----------------------------	-----------

A. Standar Etika dalam Proses Produksi	92
--	----

B. Perlakuan Terhadap Tenaga Kerja dan Kondisi Kerja yang Etis	94
C. Tanggung Jawab Produsen terhadap Konsumen dan Lingkungan.....	97
Rangkuman.....	101
Evaluasi	102

BAB 9

Etika Pemasaran.....	103
A. Prinsip-prinsip Etika dalam Praktik Pemasaran.....	104
B. Pencitraan dan Promosi yang Etis	108
C. Perlindungan Konsumen dan Pengguna dalam Pemasaran	110
Rangkuman.....	112
Evaluasi	113

BAB 10

Analisis Etika Periklanan.....	115
A. Etika dalam Desain dan Pesan Periklanan.....	116
B. Pengaruh Periklanan Terhadap Masyarakat dan Budaya .	119
C. Regulasi dan Standar Etika dalam Periklanan.....	121
Rangkuman.....	125
Evaluasi	126

BAB 11

Privasi dan Perlindungan Konsumen	127
A. Isu Privasi dan Pengumpulan Data dalam Bisnis Modern.	128
B. Tanggung Jawab Bisnis terhadap Perlindungan Data Konsumen	133
C. Etika dalam Penanganan Informasi Pribadi Konsumen ...	136
Rangkuman	141
Evaluasi	142

BAB 12

Etika Bisnis Internasional.....	143
A. Tantangan Etika Bisnis dalam Konteks Global.....	144
B. Etika dalam Praktik Bisnis Internasional	148
C. Penyesuaian dengan Nilai dan Norma Lokal dalam Bisnis Internasional	151
Rangkuman	155
Evaluasi	156

BAB 13

Penerapan Etika Lingkungan Hidup	157
A. Kesadaran Lingkungan dan Praktik Bisnis yang Berkelanjutan	159
B. Pengelolaan Limbah dan Konservasi Sumber Daya Alam.	161
C. Etika dalam Pengembangan Produk Ramah Lingkungan .	163

Rangkuman.....	165
Evaluasi	166

BAB 14

Etika Diskriminasi Pekerjaan	167
A. Diskriminasi Pekerjaan dalam Konteks Etika Bisnis.....	168
B. Langkah-langkah untuk Mengatasi Diskriminasi di Tempat Kerja.....	171
C. Budaya Organisasi yang Mendorong Keadilan dan Kesetaraan	173
Rangkuman.....	175
Evaluasi	176
 Daftar Pustaka	 177
Glosarium	180
Tentang Penulis	183



BAB 1

Etika Bisnis dan Organisasi



Pada bab ini, mahasiswa akan belajar tentang Etika Bisnis dan Organisasi yang mencakup beberapa topik penting. Pertama, konsep etika bisnis yang akan menjelaskan dasar-dasar moral dan prinsip etika yang berlaku dalam dunia bisnis. Kedua, relevansi etika bisnis dalam konteks organisasi modern yang akan membahas bagaimana etika memainkan peran krusial dalam menghadapi tantangan bisnis kontemporer, termasuk globalisasi dan digitalisasi. Ketiga, peran pemimpin dalam mempromosikan etika bisnis yang akan menguraikan bagaimana kepemimpinan yang etis dapat membentuk budaya organisasi yang positif, serta strategi yang dapat diterapkan oleh pemimpin untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika dalam setiap aspek operasional organisasi.

A. Konsep Etika Bisnis

Etika bisnis adalah studi tentang prinsip-prinsip moral dan standar perilaku yang memandu keputusan dan tindakan dalam dunia bisnis. Secara umum, etika bisnis mencakup penilaian tentang apa yang benar dan salah dalam konteks bisnis, serta bagaimana perusahaan dan individu di dalamnya seharusnya bertindak secara etis dalam interaksi mereka dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat, dan lingkungan.

Menurut Terence Lau dan Lisa Johnson dalam buku mereka "The Legal and Ethical Environment of Business," etika bisnis melibatkan penerapan prinsip-prinsip etika pada situasi bisnis nyata. Mereka menekankan bahwa etika bisnis tidak hanya mencakup ketaatan terhadap hukum, tetapi juga melibatkan standar moral yang lebih

Implementasi

Etika Bisnis di Era Modern



Implementasi etika bisnis di era modern sangat penting untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil, transparan, dan bertanggung jawab. Perusahaan harus mengintegrasikan nilai-nilai etika ke dalam setiap aspek operasionalnya, mulai dari manajemen hingga hubungan dengan pelanggan dan pemasok. Ini mencakup penerapan kebijakan yang mendorong integritas, keadilan, dan transparansi, serta memastikan bahwa semua karyawan memahami dan mematuhi standar etika yang telah ditetapkan. Dengan memprioritaskan etika bisnis, perusahaan tidak hanya membangun reputasi yang kuat dan dapat dipercaya, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar yang semakin kompleks dan dinamis.

ISBN 978-623-8586-92-9



9

786238

586929



PT Penerbit Penamuda Media
Godean, Yogyakarta
085700592256
@penamuda_media
penamuda.com