



ETIKA BISNIS MODERN

Editor: Aditya Surya Nugraha, S.E., M.M.

ETIKA BISNIS MODERN

Penulis :

Mhd. Ramadhan, S.E., M.Si

Dr. Febzi Fiona, S.E., M.M.

Wandi Sujatmiko, S.Kom., M.Cs.

Rudi Azhar, SE., M.Si.

Editor :

Aditya Surya Nugraha, S.E., M.M.



ETIKA BISNIS MODERN

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

Penulis:

Mhd. Ramadhan, S.E., M.Si

Dr. Febzi Fiona, S.E., M.M.

Wandi Sujatmiko, S.Kom., M.Cs.

Rudi Azhar, S.E., M.Si.

Editor : Aditya Surya Nugraha, S.E., M.M.

ISBN: 9786347062727

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web: www.penamudamedia.com

E-mail: penamudamedia@gmail.com

Instagram: [@penamudamedia](https://www.instagram.com/penamudamedia)

WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Maret 2025

X + 160 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

Kata Pengantar

Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang Etika Bisnis Modern, yang semakin relevan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan berkembang pesat. Etika bisnis bukan hanya berkaitan dengan peraturan atau hukum yang mengatur suatu perusahaan, namun juga melibatkan nilai-nilai moral yang menjadi dasar pengambilan keputusan dan perilaku dalam dunia bisnis. Dalam buku ini, pembaca akan diajak untuk memahami konsep dasar etika bisnis, serta bagaimana penerapannya memengaruhi tujuan dan keberlanjutan perusahaan.

Pada bagian awal buku ini, pembaca akan diperkenalkan dengan berbagai topik penting, seperti tujuan perusahaan dan bagaimana kode etik produsen berperan dalam membentuk integritas dan citra perusahaan. Buku ini juga membahas tentang etika bisnis dalam konteks nasional, dengan menyoroti bagaimana nilai-nilai etika dapat berbeda-beda antar negara, namun tetap memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan dalam skala global.

Di samping itu, buku ini juga mengupas peranan etika bisnis dalam dunia modern yang semakin terhubung secara global. Pembaca akan diajak untuk memahami betapa pentingnya membangun budaya etika yang kuat dalam organisasi untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan. Semoga buku ini dapat menjadi sumber inspirasi dan referensi yang bermanfaat bagi para praktisi bisnis, mahasiswa, serta siapa saja yang tertarik untuk mempelajari bagaimana etika dapat diterapkan dalam dunia bisnis yang dinamis dan penuh tantangan.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Banyak kekurangan yang mungkin belum bisa kami atasi sepenuhnya, baik dari segi materi maupun penyajian. Semoga kritik dan saran yang membangun dapat membantu memperbaiki dan menyempurnakan karya ini di masa yang akan datang. Terima kasih atas perhatian dan dukungannya.

Februari 2025

Editor: Aditya Surya Nugraha, S.E., M.M.

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	III
Daftar Isi	VII
BAB 1 TUJUAN PERUSAHAAN.....	1
Mhd. Ramadhan, S.E., M.Si.....	1
A. Tujuan Perusahaan.....	1
B. Fungsi Perusahaan	10
C. Macam-macam Perusahaan	11
D. Manfaat Perusahaan	17
BAB 2 KODE ETIK PRODUSEN	23
Dr. Febzi Fiona, S.E.,M.M.	23
A. Filosofi Kode Etik Produsen.....	24
B. Definisi Kode Etik Produsen	26
C. Implementasi Kode Etik Produsen.....	30
D. Keuntungan Mematuhi Kode Etik Produsen	34
E. Dampak Pelanggaran Kode Etik Produsen	37
F. Contoh Pelanggaran Kode Etik Produsen.....	40
Bab 3 Etika Bisnis Nasional.....	47
Wandi Sujatmiko, S.Kom., M.Cs.	47

A. Berhasil Melalui Etika Dengan Berpikir Positif Dalam Melakukan Bisnisnya	49
B. Resiko Manajemen Dan Dukungan Karyawan Professional.....	50
C. Etika Dalam Membangun Kualitas Bisnis Manajemen.....	52
D. Mendapatkan Hak Dasar	55
E. Menetapkan Prinsip dan Nilai-Nilai.....	55
F. Definisi Nilai.....	58
G. Menetapkan Tanggung Jawab Terhadap Pencapaian Tujuan.....	61
H. Melihat Kemampuan Perusahaan Untuk Bersaing Dengan Melampaui Pendapatan.....	62
I. Tiga Prinsip Dasar Piramida Naik.....	62
J. Menilai Manfaat Dan Risiko Sebagai Landasan	65
K. Winning Persetujuan Mencerminkan Nilai-Nilai Dan Gaya Hidup.....	66
L. Dalam Fokus.....	67
M. Menarik Loyalitas	68
N. Mengenali Risiko	69
O. Melawan Tekanan.....	69

P. Naik Tantangan.....	70
Q. Mempromosikan Etika.....	71
R. Menetapkan Pedoman Dapat Meningkatkan Nilai- Nilai Organisasi	73
S. Bisnis yang Etis Mencari Di Luar Batas	75
T. Menyadari Dilema.....	76
U. Harga dan Kualitas	77
BAB 4 PERANAN ETIKA BISNIS.....	103
Rudi Azhar,SE,. M.Si.	103
A. Pendahuluan	104
B. Bisnis dan Etika dalam Dunia Modern	118

BAB 1 TUJUAN PERUSAHAAN

Mhd. Ramadhan, S.E., M.Si



A. Tujuan Perusahaan

Perusahaan berusaha untuk menghasilkan uang sebanyak mungkin sambil memaksimalkan keuntungan bagi pemegang saham dan pemilik perusahaan. Perusahaan harus melakukan aktivitasnya secara efektif dan efisien. Efektif mengacu pada tujuan yang ingin dicapai, sedangkan efisien mengacu pada biaya yang dikeluarkan untuk mencapainya (Amelia & Fasa, 2022). Sebelum menanamkan dananya pada suatu perusahaan, investor akan melihat laporan keuangan dan memprediksi kondisi keuangan perusahaan. Sampai saat ini, laba akuntansi masih menjadi perhatian utama investor. Menurut (Wala, 2017) Secara operasional, laba akuntansi adalah perbedaan antara biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut dan pendapatan dari transaksi yang terjadi selama satu periode.

Perusahaan (*bedriiff*) adalah suatu pengertian ekonomis yang banyak dipakai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD). Seseorang yang mempunyai perusahaan disebut pengusaha. C.S.T Kansil berpendapat bahwa seseorang baru dapat dikatakan menjalankan suatu perusahaan, apabila ia dengan teratur dan terang terangan bertindak keluar dalam pekerjaan tertentu untuk memperoleh keuntungan dengan suatu cara, dimana ia

ETIKA

BISNIS MODERN

Buku Etika Bisnis Modern mengulas secara komprehensif berbagai aspek penting dalam dunia bisnis kontemporer. Buku ini dimulai dengan pembahasan tentang tujuan perusahaan, yang mengarahkan pembaca untuk memahami peran perusahaan tidak hanya dalam mengejar keuntungan, tetapi juga dalam menciptakan nilai bagi masyarakat. Selanjutnya, dibahas mengenai kode etik produsen yang menjadi landasan moral dalam menjalankan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Buku ini juga menyentuh etika bisnis nasional, yang menggambarkan tantangan dan dinamika bisnis dalam konteks sosial dan budaya yang berbeda-beda di tingkat negara. Akhirnya, buku ini menguraikan peranan etika bisnis dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat luas, serta pentingnya membangun kepercayaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks. Melalui buku ini, pembaca diharapkan dapat lebih memahami betapa krusialnya etika dalam menciptakan bisnis yang tidak hanya sukses, tetapi juga berkelanjutan dan bertanggung jawab.



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