ETIKA BISNIS



NEXT

SISTEMATIKA

1. ETIKA
2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ETIKA
3. ETIKA DI LINGKUNGAN KERJA
4. MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS
5. MEMINPIN DENGAN PERILAKU ETIKA
6. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
7. PERSPEKTIF CSR
8. KEDERMAWANAN

- ETIKA
- Hal-hal Berkaitan Dengan Etika

QUIT

SISTEMATIKA

1. ETIKA
2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ETIKA
3. ETIKA DI LINGKUNGAN KERJA
4. MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS
5. MEMINPIN DENGAN PERILAKU ETIKA
6. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
7. PERSPEKTIF CSR
8. KEDERMAWANAN

- Perilaku Etika Seseorang Dalam Menjalankan Bisnis
  - a. Perbedaan Budaya
  - b. Pengetahuan
  - c. Perilaku Organisasi

BACK

SISTEMATIKA

1. ETIKA
2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ETIKA
3. ETIKA DI LINGKUNGAN KERJA
4. MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS
5. MEMINPIN DENGAN PERILAKU ETIKA
6. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
7. PERSPEKTIF CSR
8. KEDERMAWANAN

- Etika Lingkungan Kerja
  - a. Etika Terhadap Karyawan
  - b. Etika Terhadap Organisasi
  - c. Etika Terhadap Agen-agen Ekonomi

BACK

SISTEMATIKA

1. ETIKA
2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ETIKA
3. ETIKA DI LINGKUNGAN KERJA
4. MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS
5. MEMINPIN DENGAN PERILAKU ETIKA
6. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
7. PERSPEKTIF CSR
8. KEDERMAWANAN

- **Membuat Keputusan Etis**

  a. Pengumpulan Data

  b. Analisis

  c. Penilaian

BACK

SISTEMATIKA

1. ETIKA
2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ETIKA
3. ETIKA DI LINGKUNGAN KERJA
4. MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS
5. MEMINPIN DENGAN PERILAKU ETIKA
6. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
7. PERSPEKTIF CSR
8. KEDERMAWANAN

- Perilaku Etika

BACK

SISTEMATIKA

1. ETIKA
2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ETIKA
3. ETIKA DI LINGKUNGAN KERJA
4. MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS
5. MEMINPIN DENGAN PERILAKU ETIKA
6. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
7. PERSPEKTIF CSR
8. KEDERMAWANAN

- CSR
  - Konsumen
  - Karyawan
  - Investor

BACK

SISTEMATIKA

1. ETIKA
2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ETIKA
3. ETIKA DI LINGKUNGAN KERJA
4. MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS
5. MEMINPIN DENGAN PERILAKU ETIKA
6. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
7. PERSPEKTIF CSR
8. KEDERMAWANAN

- Perspektif

BACK

SISTEMATIKA

1. ETIKA
2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ETIKA
3. ETIKA DI LINGKUNGAN KERJA
4. MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS
5. MEMINPIN DENGAN PERILAKU ETIKA
6. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
7. PERSPEKTIF CSR
8. KEDERMAWANAN

- Kedermawanan

BACK

1. ETIKA

Etika *adalah keyakinan akan tindakan yang benar dan yang salah atau tindakan yang baik dan yang buruk yang dapat berpengaruh pada aktivitas lainnya.*

BACK

Hal-hal Berkaitan Dengan Etika

- **Perilaku etis** adalah perilaku yang sesuai dengan norma-norma sosial yang diterima secara umum terkait dengan tindakan yang benar atau yang baik.
- **Perilaku tidak etis** adalah perilaku yang tidak sesuai dengan norma-norma sosial yang diterima secara umum terkait dengan tindakan yang salah atau yang buruk.
- **Etika bisnis** adalah perilaku etis atau tidak etis yang dilakukan oleh pimpinan, manajer, karyawan, agen, atau perwakilan suatu perusahaan.
- **Etika manajerial** adalah standar perilaku yang memandu para manajer dalam pekerjaan mereka.

BACK

2. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ETIKA

Tiga Faktor Utama Yang Mempengaruhi

Perbedaan Budaya.

Perilaku bisnis orang Indonesia tentu saja berbeda dengan orang Rusia, Amerika Serikat, Afrika Selatan, ataupun orang India. Hal yang sama, orang Sunda berbeda perilaku bisnisnya dengan orang Batak, Madura, atau Jawa. Semua ini disebabkan oleh adanya perbedaan budaya.

Tiga Faktor Utama Yang Mempengaruhi

Pengetahuan.

Semakin banyak hal yang diketahui dan semakin baik seseorang memahami suatu situasi, semakin baik pula kesempatannya dalam membuat keputusan-keputusan yang etis. Pemimpin bisnis harus memiliki pemecahan masalah dan secara aktif mencari informasi terkait isu-isu potensial masalah etika, dan bertindak secara efektif dan tepat waktu. Ketidaktahuan bukanlah alasan yang dapat diterima dalam pandangan hukum, termasuk masalah etika.

Tiga Faktor Utama Yang Mempengaruhi

Perilaku Organisasi

Dasar etika bisnis adalah bersifat kesadaran etis dan meliputi standar-standar perilaku. Banyak organisasi menyadari betul perlunya menetapkan peraturan-peraturan perusahaan terkait perilaku dan menyediakan tenaga pelatih untuk memperkenalkan dan memberi pemahaman tentang permasalahan etika. Perusahaan dengan praktek-praktek etika yang kuat menetapkan suatu contoh yang baik untuk karyawan. Untuk menghindari pelanggaran etika, banyak perusahaan secara proaktif mengembangkan program-program yang merupakan kombinasi dari pelatihan, komunikasi, dan variasi beberapa sumber, yang dirancang untuk memperbaiki perilaku etika karyawan.

BACK

3. ETIKA DILINGKUNGAN KERJA

Lingkungan kerja adalah lingkungan yang terkait dengan adanya karyawan, organisasi, dan agen ekonomi lainnya.

BACK

a. Etika Terhadap Karyawan

Etika terhadap karyawan meliputi perilaku dalam proses perekrutan, pemecatan, upah, kondisi kerja, privasi, dan respek.

- Proses perekrutan dan pemecatan terhadap seorang karyawan secara etis dan hukum harus didasarkan atas kinerjanya, apakah kinerjanya baik atau buruk. Manajer Bank yang hanya mau menerima karyawan dari etnis tertentu menunjukkan perilaku tidak etis dan melawan hukum. Demikian juga pemberian upah yang berbeda terhadap dua karyawan dengan kinerja yang sama merupakan perilaku tidak etis dan ilegal.

b. Etika Terhadap Organisasi

ETIKA ORGANISASI

Baik karyawan apalagi manajer dalam suatu perusahaan harus menjaga etika organisasi dengan berperilaku jujur, tidak menyalahgunakan aset perusahaan untuk kepentingan pribadi, tidak menjerumuskan perusahaan pada usaha-usaha yang beresiko, menghindari konflik kepentingan, dan menjaga rahasia perusahaan. Kasus-kasus tidak etis dan melawan hukum antara lain meliputi perilaku melakukan markup keuangan, menggelapkan uang nasabah, pemakaian telepon untuk interlokal pribadi, atau manipulasi jam kerja.

c. Etika Terhadap Agen-agen Ekonomi

Agen ekonomi, meliputi pemegang saham, pemasok, penyalur, pelanggan, pesaing, dan serikat buruh.

Perilaku tidak etis dan melanggar hukum yang perlu dihindari adalah terkait kasus suap, aktivitas pemesanan dan pembelian, tawar-menawar, keterbukaan dan kejujuran, laporan keuangan, perundingan, dan periklanan.

BACK

4. MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS

a. Pengumpulan Data

Mengumpulkan informasi faktual yang relevan terkait tindakan atau kebijakan, berdasarkan norma etika :

- **Kegunaan** *(utility),* yakni mengoptimalkan kepuasan seluruh pihak
- **Hak** *(rights),* yakni menghargai hak dan kewajiban orang yang terlibat
- **Keadilan** *(justice),* yakni konsisten dengan apa yang kita anggap adil
- **Kepedulian** *(caring),* yakni konsisten dengan tanggung jawab masing-masing pihak kepada pihak lainnya

b. Analisis

Melakukan analisa terhadap seluruh kriteria atau fakta-fakta terkait nilai-nilai moral yang paling tepat.

c. Penilaian

Setelah di analisa kemudian dilakukan penilaian apakah tindakan atau kebijakan tersebut etis atau tidak etis.

BACK

5. MEMIMPIN DENGAN PERILAKU ETIKA

Memimpin dengan perilaku etika diwujudkan dalam tindakan sehari-hari dalam perusahaan, dengan cara :

a. Memimpin dengan Keteladanan.
Tidak ada yang lebih penting dari memimpin dengan keteladanan dengan menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap perilaku etis dalam berorganisasi.

b. Tidak Mentolerir Perilaku Tidak Etis.
Tunjukkan kepada karyawan bahwa tindakan yang tidak etis tidak akan diterima didalam organisasi.

c. Ilhami dengan Nyata.
Sampaikan ke karyawan bagaimana mereka akan mendapatkan manfaat atas tindakan etis yang ditunjukkannya.

d. Mengakui Kenyataan dan Kesalahan.
Membahas apa itu benar, apa itu salah, dan bagaimana perusahaan dapat belajar dari kesalahan.

e. Berkomunikasi.
Etika diperlukan dalam setiap berkomunikasi, tidak pada saat sesi-sesi pelatihan atau krisis saja.

f. Jujurlah
Sampaikan ke karyawan apa yang anda tahu serta apa yang anda tidak tahu. Berbicara secara terbuka tentang masalah etika dan mau menerima umpan balik.

g. Tempatkan Orang Baik.
Jangan menempatkan orang yang tidak memiliki karakter moral yang baik didalam organisasi karena ia dapat merusak etika-etika organisasi, tidak peduli berapa banyak aturan yang Anda tulis.

BACK

6. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah suatu moral yang baik dan sangat penting bagi dunia usaha serta baik bagi masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen bisnis perusahaan terhadap kelompok dan individu dalam lingkungannya, yang meliputi konsumen, karyawan, investor, pemasok, dan komunitas lokal.

KONSUMEN

Tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen, terkait dengan :

Hak-hak Konsumen

Hak atas produk yang aman
Hak mengetahui seluruh aspek produk
Hak untuk di dengar
Hak memilih produk yang disukai
Hak memperoleh informasi pembelian yang benar
Hak memperoleh pelayanan yang baik

Penetapan Harga Yang Tidak Wajar

Perusahaan harus menetapkan harga yang wajar pada setiap produknya. Kolusi atau kesepakatan ilegal dari dua atau lebih perusahaan untuk bekerjasama dalam tindakan yang salah pada penetapan harga suatu produk dapat dikenakan sanksi hukum. Menimbun BBM misalnya, untuk dijual kembali dengan harga yang lebih mahal merupakan tindakan ilegal dan melanggar hukum.

Etika dalam Beriklan

Perusahaan harus memperhatikan kode etik dalam beriklan maupun dalam informasi produk, juga menghindari potensi salah interpretasi atas kata atau ungkapan. Harus dihindari iklan yang menyesatkan, bias, tidak pada tempatnya, untuk orang dewasa, berbau pornografi, atau mempertontonkan kekerasan.

BACK

KARYAWAN

Tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan, terkait dengan :

Komitmen Hukum dan Sosial

Tanggung jawab hukum dan sosial perusahaan terhadap karyawan adalah dengan memberi kesempatan yang sama tanpa memandang jenis kelamin, suku, dan faktor lain yang tidak releven. Perusahaan wajib memberikan perlindungan hukum terhadap karyawannya terutama dalam kaitan dengan tugas yang dijalankannya.

Komitmen Etis

Manajemen harus dapat menerima dan melakukan perbaikan kedalam apabila ada karyawan yang melaporkan ke level manajemen yang lebih tinggi perihal praktek-praktek ilegal, tidak etis, atau tidak bertanggung jawab yang dilakukannya, bukan malah memecat, memutasi, atau menurunkan pangkat karyawan tersebut.

BACK

PENANAM MODAL

Penanam modal atau pemegang saham *adalah pemilik perusahaan yang berhak mengetahui dan memperoleh pendapatan atau dividen atas penghasilan perusahaan tersebut.*

Tanggung jawab perusahaan terhadap para penanam modal adalah menghindari terjadinya :

Manajemen Financial yang Tidak Wajar

Memberi gaji terlalu besar kepada para manajer, liburan ke luar negeri dengan fasilitas hotel mahal, keanggotaan pada klub-klub mewah, bonus yang diluar kewajaran, dan penyimpangan manajemen keuangan lainnya.

Insider Trading

Merupakan cara memperoleh keuntungan pribadi dengan cara memberi informasi rahasia dalam pembelian atau penjualan saham perusahaan kepada pihak lain. Misalnya, saham perusahaan Rp. 10.000/lembar. Bila perusahaan tersebut dibeli oleh perusahaan yang lebih besar atau pemilik modal yang kuat, maka harga sahamnya akan laku Rp.15.000/saham. Nah, manajer atau orang-orang inti perusahaan yang mengetahui hal ini akan memanfaatkan dengan menjual Rp. 10.000/saham untuk memperoleh keuntungan Rp. 5.000/saham.

Penyimpangan Laporan Keuangan

Adanya laporan keuangan yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, seperti melaporkan laba jauh diatas pendapatan, atau menutupi kerugian dalam pembukuannya. Dalam hal ini status keuangan perusahaan harus sesuai prinsip legal akuntansi.

Cek Kosong

Merupakan tindakan ilegal karena menuliskan cek kosong padahal dananya belum tersedia di Bank yang dituju saat ek tersebut dicairkan.

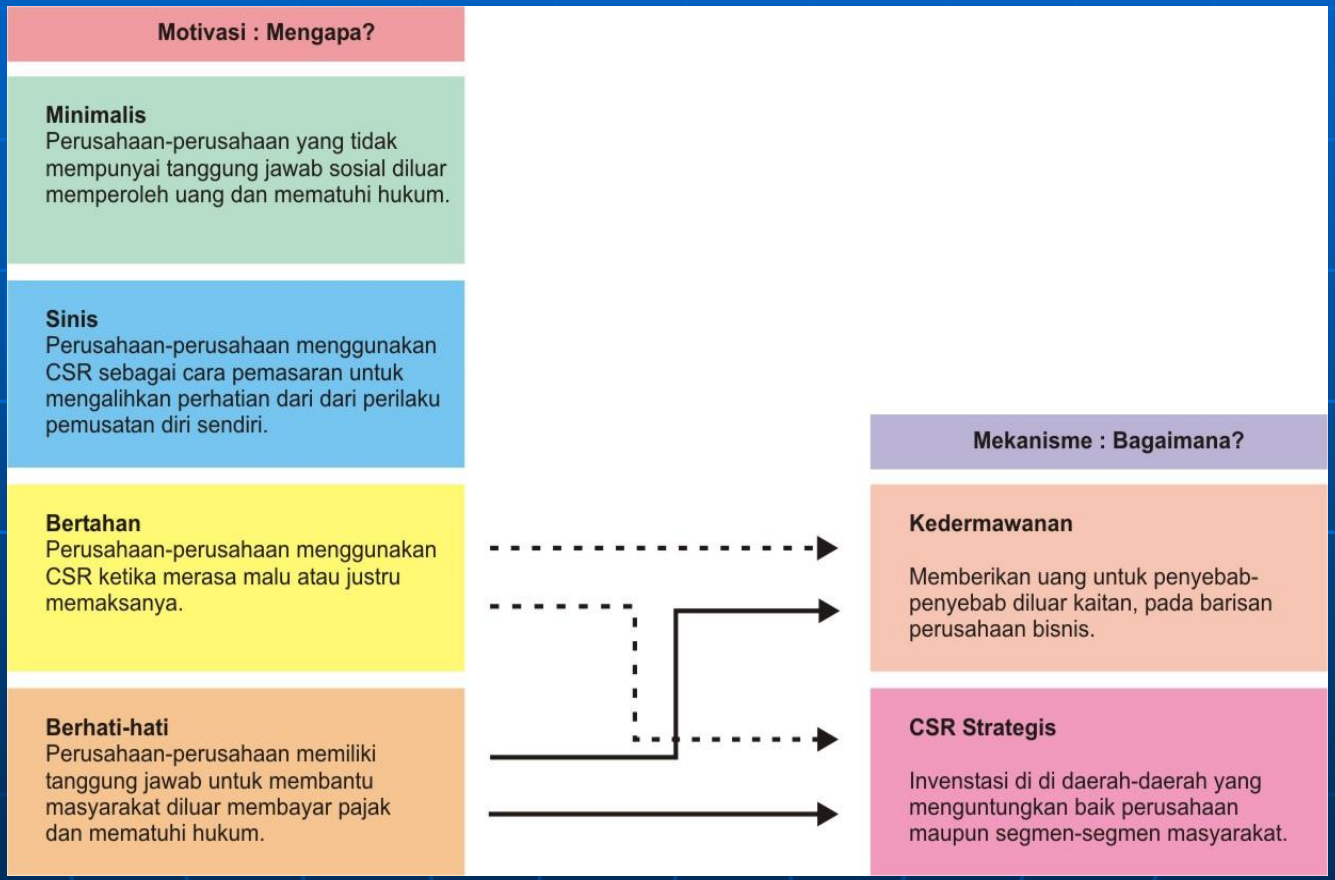
BACK

7. PERSPEKTIF CSR

Pendekatan ke CSR dapat digolongkan ke dalam empat perspektif, yakni : minimalis, sinis, bertahan, dan berhati-hati.

Perusahaan-perusahaan yang menggunakan CSR dapat mengikuti baik generik filantropi maupun strategi CSR.

Perspektif CSR



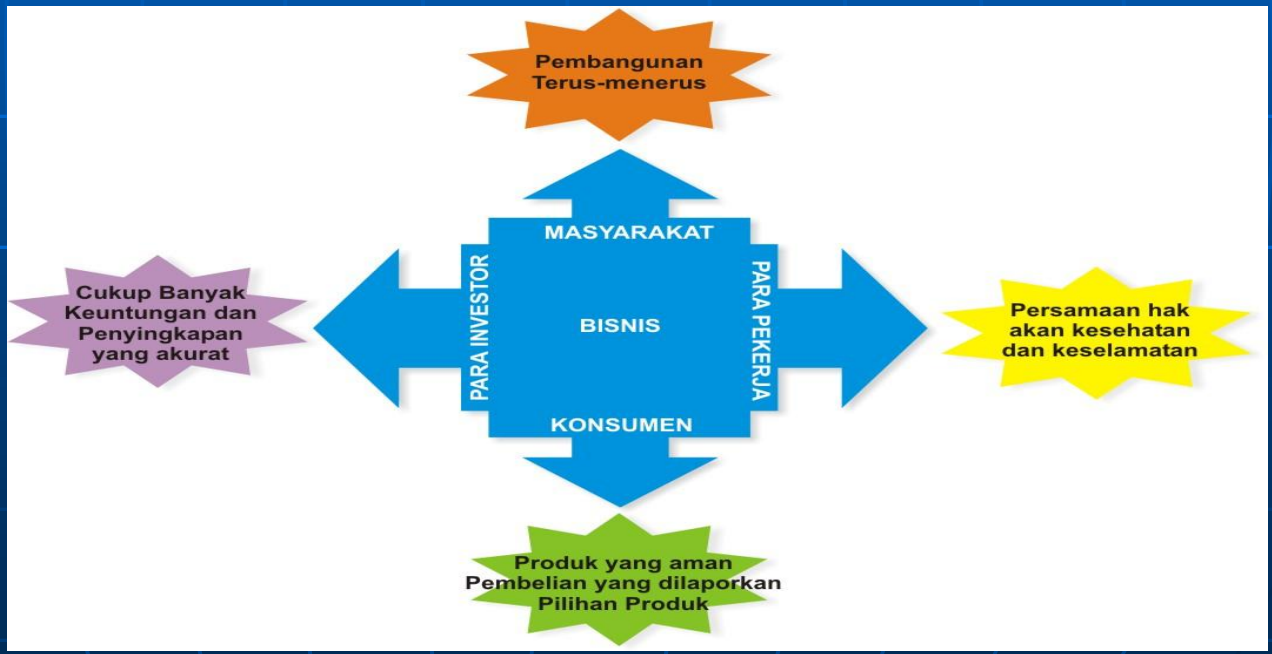
BACK

8. KEDERMAWANAN VERSUS STRATEGI CSR

Kedermawanan *(filantropi) melibatkan sumbangan uang, waktu karyawan, atau sumber daya lain kepada berbagai penyebab, tanpa memandang manfaat langsung bagi perusahaan.*

•Berbeda dengan kedermawanan, **Strategi CSR** (oleh Michael Porter dan Mark Kramer), *mencakup kontribusi sosial yang secara langsung melibatkan strategi bisnis perusahaan secara menyeluruh.* Dengan kata lain, perusahaan membantu diri sendiri dan membantu masyarakat pada waktu yang sama. Strategi CSR lebih masuk akal dibanding kedermawanan.

Keterkaitan Bisnis dan CSR



BACK


TERIMAKASIH