



MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA (Teori)

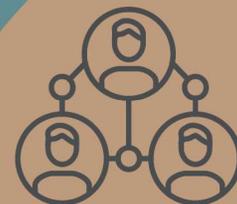
Penulis:

Andi Ibrahim Yunus, Roy Setiawan, Rusydi Fauzan,
Kurnia Widyaningrum, Kadek Wiwin Dwi Wismayanti,
Desi Kristanti, Selvi Yona Tamara, Purna Irawan, Sundari,
Eni Erwantiningsih, Solehudin, Sabil, Monica Feronica Bormasa,
Tini Elyn Herlina, Septia Dwi Cahyani,
Putu Eka Purnamaningsih, Iwan Henri Kusnadi, Jasman

ISBN 978-623-8102-64-8



9 786238 102648



MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA (TEORI)

**Andi Ibrahim Yunus
Roy Setiawan
Rusydi Fauzan
Kurnia Widyaningrum
Kadek Wiwin Dwi Wismayanti
Desi Kristanti
Selvi Yona Tamara
Purna Irawan
Sundari
Eni Erwantiningsih
Solehudin
Sabil
Monica Feronica Bormasa
Tini Elyn Herlina
Septia Dwi Cahyani
Putu Eka Purnamaningsih
Iwan Henri Kusnadi
Jasman**



PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA (TEORI)

Penulis :

Andi Ibrahim Yunus
Roy Setiawan
Rusydi Fauzan
Kurnia Widyaningrum
Kadek Wiwin Dwi Wismayanti
Desi Kristanti
Selvi Yona Tamara
Purna Irawan
Sundari
Eni Erwantiningsih
Solehudin
Sabil
Monica Feronica Bormasa
Tini Elyn Herlina
Septia Dwi Cahyani
Putu Eka Purnamaningsih
Iwan Henri Kusnadi
Jasman

ISBN : 978-6 23-81 02-64-8

Editor : Diana Purnama Sari, S.E., M.E.

Penyunting : Tri Putri Wahyuni, S.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI
Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jl. Pasir Sebelah No. 30 RT 002 RW 001
Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tangah
Padang Sumatera Barat
Website : www.globaleksekuatifteknologi.co.id
Email : globaleksekuatifteknologi@gmail.com

Cetakan pertama, Januari 2023
Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori) ini.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Januari 2023
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 MANAJEMEN STRATEGIK SUMBER DAYA MANUSIA	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.2 Definisi	1
1.2 Manajemen Strategik.....	3
1.2.1 Proses Manajemen Strategik.....	3
1.2.2 Model Manajemen Strategik.....	7
1.3 Sumber Daya Manusia	8
1.3.1 Fungsi Sumber Daya Manusia	8
1.3.2 Manfaat SDM (Sumber Daya Manusia)	10
1.3.3 HRD (Human Resources Development).....	11
1.3.4 Contoh Sumber Daya Manusia.....	14
1.4 Hubungan antara Manajemen Strategis dan Manajemen Sumber Daya Manusia.....	14
1.5 Manajemen Strategik Sumber Daya Manusia	15
1.5.1 Fungsi MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia)	15
1.5.2 Bentuk Manajemen Sumber Daya Manusia	16
DAFTAR PUSTAKA	19
BAB 2 ETIKA BISNIS	21
2.1 Pendahuluan.....	21
2.2 Teori Etika.....	23
2.2.1 Teori Deontologi.....	23
2.2.2 Teori Utilitarisme.....	23
2.2.3 Teori Hak	23
2.2.4 Teori Keutamaan	24

2.3 Prinsip Dasar Dalam Etika Bisnis	24
2.3.1 Prinsip Kejujuran	24
2.3.2 Prinsip Loyalitas	25
2.3.3 Prinsip Keadilan	25
2.3.4 Prinsip Integritas Moral	25
2.3.5 Prinsip Otonomi	25
2.4 Penerapan Praktis Etika Bisnis.....	26
2.4.1 Menjelaskan suatu produk dengan jelas terhadap konsumen.....	26
2.4.2 Tidak melakukan pembocoran terhadap rahasia perusahaan walaupun kita telah resign...	26
2.4.3 Mengerjakan tugas yang di berikan sebaik mungkin	27
2.4.4 Menolak ketika di berikan suap	27
2.4.5 Bersikap Dewasa.....	27
2.5 Tujuan Etika Bisnis	27
DAFTAR PUSTAKA	29
BAB 3 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN.....	31
3.1 Pendahuluan.....	31
3.2 Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	32
3.3 Sejarah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	34
3.4 Teori Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	39
3.5 Pemangku Kepentingan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	43
3.6 Hirarki Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	45
3.7 Karakteristik Inti Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	46
3.8 Prinsip Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	48
3.9 Penutup	52
DAFTAR PUSTAKA	53
BAB 4 KEBERAGAMAN ANGGKATAN KERJA (WORKFORCE DIVERSITY)	55
4.1 Definisi	55

4.1.1 Definisi Angkatan Kerja.....	55
4.2 Keragaman dalam Organisasi.....	56
4.2.1 Tingkat Keragaman dalam Organisasi	56
4.2.2 Jenis Keragaman.....	57
4.3 Keberagaman Generasi Angkatan Kerja	59
4.4 Alasan Pentingnya Keberagaman Angkatan Kerja.....	63
4.4.1 Pergeseran Industri.....	63
4.4.2 Globalisasi Pasar.....	63
4.4.3 Strategi Kerjasama	64
4.4.4 Perubahan Pasar Tenaga Kerja	64
4.5 Mengelola Keberagaman Angkatan Kerja	65
DAFTAR PUSTAKA	68
BAB 5 PELUANG KERJA YANG SETARA	71
5.1 Pendahuluan.....	71
5.2 Pengertian Diskriminasi Kerja	72
5.3 Penyebab Diskriminasi Tempat Kerja.....	73
5.4 Dampak Diskriminasi Kerja.....	74
5.5 Menghindari Diskriminasi Kerja.....	75
5.6 Peluang Kerja Yang Setara.....	77
5.7 Pentingnya Peluang Kerja Yang Setara	78
5.8 Pengelolaan Keragaman	80
DAFTAR PUSTAKA	83
BAB 6 TINDAKAN AFIRMATIF	85
6.1 Pendahuluan.....	85
6.2 Tindakan Afirmatif.....	87
6.3 Tujuan Tindakan Afirmatif.....	89
6.4 Elemen Dasar Diskriminasi Ketenagakerjaan	89
6.5 Tingkatan Diskriminasi Perbandingan	90
6.6 Semua Kebijakan (tentang kesamaan memperoleh tindakan afirmatif).....	90
6.7 Contoh Tindakan Afirmatif Di Tempat Kerja.....	91
6.7.1 Tindakan Peneguhan di Tempat Kerja.....	91
6.7.2 Menghilangkan Halangan Masuk	91

6.7.3 Kontroversi Mengenai Tindakan Afirmatif.....	92
6.7.4 Undang - undang Tindakan Afirmatif	93
DAFTAR PUSTAKA	95
BAB 7 PERENCANAAN STRATEGIK.....	97
7.1 Pengertian Perencanaan Strategik	97
7.2 Model-Model Perencanaan Strategik.....	98
7.2.1 Konsep Perencanaan Strategik Model Fred R. David	99
7.2.2 Konsep Perencanaan strategik Model J.A. Pearce II Dan Richard B. Robinson, Jr	102
7.3 Pendekatan-Pendekatan Perencanaan Strategik.....	104
7.4 Strategi Implementasi Perencanaan Strategik.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107
BAB 8 PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA	109
8.1 Seberapa Pentingnya Sumber Daya Manusia itu	109
8.2 Perencanaan personalia	116
8.3 Metode, Informasi dan Prakiraan HRM	118
8.4 Merancang mekanisme dan planning SDM	123
8.5 Desain Fungsi HRM	127
8.6 Inspeksi pribadi atau audit	131
DAFTAR PUSTAKA	134
BAB 9 SELEKSI KARYAWAN	135
9.1 Pendahuluan.....	135
9.2 Konsep Seleksi Karyawan.....	135
9.2.1 Definisi Seleksi Karyawan Menurut Para Ahli	136
9.2.2 Tujuan Seleksi Karyawan.....	137
9.2.3 Aspek Seleksi Karyawan.....	137
9.2.4 Kualifikasi dalam Seleksi Karyawan	139
9.2.5 Langkah Penyeleksian Karyawan	141
9.2.5 Permasalahan dan Hambatan Seleksi Karyawan .	142
DAFTAR PUSTAKA	143

BAB 10 PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN	
SUMBERDAYA MANUSIA	145
10.1 Pengertian Sumber Daya Manusia.....	145
10.2 Perbedaan Pelatihan dan Pengembangan	
Sumberdaya Manusia	149
10.3 Pengembangan (<i>development</i>)	151
10.3.1 Metode Pengembangan Sumber Daya Manusia .	153
10.3.2 Pelatihan (<i>Training</i>)	156
10.3.3 Pentingnya Pelatihan (<i>Training</i>).....	158
10.3.4 Jenis – jenis pelatihan SDM.....	162
DAFTAR PUSTAKA	166
BAB 11 MANAJEMEN DAN PENILAIAN KINERJA	169
11.1 Pendahuluan.....	169
11.2 Manajemen Kinerja.....	169
11.2.1 Pengertian Manajemen Kinerja	170
11.2.2 Siklus Manajemen Kinerja	170
11.2.3 Tujuan Manajemen Kinerja.....	172
11.2.4 Manfaat Manajemen Kinerja	172
11.2.5 Syarat Manajemen Kinerja	174
11.3 Penilaian Kinerja	174
11.3.1 Pengertian Penilaian Kinerja	175
11.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja.....	176
11.3.3 Model Penilaian Kinerja	177
11.3.4 Metode Penilaian Kinerja	178
DAFTAR PUSTAKA	184
BAB 12 KOMPENSASI FINANSIAL LANGSUNG	187
12.1 Pendahuluan.....	187
12.2 Kompensasi.....	188
12.3 Tujuan dan Fungsi Kompensasi	188
12.3.1 Tujuan Kompensasi.....	188
12.3.2 Fungsi Kompensasi.....	190
12.3.3 Dampak Positif Kompensasi	190

12.3.4 Implentasi Pemberian kompensasi kepada karyawan.....	191
12.3 Kompensasi Langsung.....	191
12.3.1 Upah dan Gaji	193
12.3.2 Insentif	196
DAFTAR PUSTAKA	203
BAB 13 TUNJANGAN	205
13.1 Pengertian Tunjangan.....	205
13.2 Perbedaan dan Persamaan Gaji Upah dan Tunjangan.....	207
13.3 Fungsi Dan Tujuan Pemberian Tunjangan	207
13.4 Alasan Pemberian Tunjangan.	208
13.5 Jenis- Jenis Tunjangan.....	209
13.6 Klasifikasi Program Tunjangan.	211
13.7 Prinsip-Prinsip Tunjangan	211
13.8 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tunjangan.....	212
13.9 Proses Penentuan Tunjangan.....	212
13.10 Strategi Pengelolaan Tunjangan	212
DAFTAR PUSTAKA	215
BAB 14 KOMPENSASI NON FINANSIAL	217
14.1 Pendahuluan.....	217
14.2 Tujuan Kompensasi.....	218
14.3 Jenis-Jenis Kompensasi	218
14.3 Kebijakan Kompensasi	220
14.5 Faktor Yang Mempengaruhi Kompensasi.....	220
14.6 Langkah Menerapkan Sistem Kompensasi.....	221
14.7 Transformasi dalam sistem Kompensasi Non Finansial dan contohnya.	222
DAFTAR PUSTAKA	224
BAB 15 LINGKUNGAN KERJA YANG AMAN DAN SEHAT.225	
15.1 Pendahuluan.....	225
15.2 Lingkungan Kerja.....	226

15.2.1 Persyaratan Lingkungan Kerja yang Aman dan Sehat	227
DAFTAR PUSTAKA	239
BAB 16 SERIKAT PEKERJA DAN PERUNDINGAN	
BERSAMA.....	241
16.1 Pendahuluan.....	241
16.2 Penjelasan Politik dan Ekonomi.....	242
16.3 Kebebasan dan Perundingan Berserikat	249
16.4 Ketenagakerjaan dan Struktur Bipartit dan Tripartit.....	253
DAFTAR PUSTAKA	256
BAB 17 HUBUNGAN KEKARYAWANAN INTERNAL.....	257
17.1 Pentingnya Hubungan Karyawan (<i>employee</i> <i>relations</i>)	257
17.2 Membangun Hubungan Internal	264
17.3 Tujuan dan Fungsi Hubungan Internal	267
17.4 Publik Internal.....	269
DAFTAR PUSTAKA	273
BAB 18 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	
GLOBAL.....	275
18.1 Pendahuluan.....	275
18.2 Pengertian Manajemen Sumber daya Manusia.....	278
18.2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia Global	279
18.2.2 Penentu Manajemen Sumber daya Manusia Global.....	281
18.2 Tujuan Manajemen Sumber daya Manusia	283
18.3 Tantangan Sumber daya Manusia global.....	284
DAFTAR PUSTAKA	286
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Bagan Ilustrasi Proses Manajemen Strategik	4
Gambar 7.1 : Model Manajemen Strategik Fred R. David	100
Gambar 7.2 : Model Manajemen Strategik Pearce Dan Robinson	103
Gambar 8.1 : Konsep MSDM.....	111
Gambar 8.2 : konsep perencanaan SDM.....	122
Gambar 14.1 : Jenis Kompensasi	219

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Definisi Tanggung Jawab Sosial Menurut Beberapa Ahli dan Pakar	32
Tabel 3.2 : Periode Perkembangan Isu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	35
Tabel 3.3 : Perkembangan Isu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan mengacu kepada literatur akademik	36
Tabel 3.4 : Pandangan Berbagai Teori Terhadap Pengaruh CSR terhadap perusahaan	40
Tabel 3.5 : Isu dan Kepentingan Stakeholder Pada Kegiatan CSR	43
Tabel 3.6 : Tanggung Jawab Pada Hirarki CSR.....	45
Tabel 3.7 : Karakteristik CSR.....	47
Tabel 3.8 : Sepuluh Prinsip Strategis CSR	49
Tabel 8.1 : Meningkatkan Mental & Kekuatan Fisikik	111
Tabel 15.1 : Nilai Ambang Batas Kebisingan	229
Tabel 15.2 : Nilai Ambang Batas Getaran Pada Tubuh... ..	230

BAB 2

ETIKA BISNIS

Oleh Roy Setiawan

2.1 Pendahuluan

Etika secara umum menunjuk pada baik buruknya suatu perilaku manusia. Etika merupakan salah satu cabang filsafat yang mencari hakikat nilai - nilai baik dan buruk dari tindakan dan perilaku seseorang, yang dilakukan dengan kesadaran penuh dan pertimbangan sebelumnya saat menjadi referensi pengambil keputusan individu tersebut. Etika bukan larangan - larangan normatif, melainkan merupakan puncak akumulasi dari kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia. Etika disebut dengan sistem filsafat karena melibatkan kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia, atau bisa juga disebut sebagai filsafat yang mempertanyakan praktik atau perilaku manusia yang berkaitan dengan tanggung jawab dan kewajibannya.

Istilah etika dan moral digunakan secara bergantian dengan maksud dan arti yang sama. Asal kata etika berasal dari kata “etos” yang berarti kebiasaan dalam bahasa latin. Sinonim kata tersebut yaitu moral, yang berasal dari bahasa yang sama yaitu “mores” yang juga berarti kebiasaan. Secara umum etika dedefinisikan sebagai satu usaha sistematis dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau kehidupan sosial, pengalaman moral, dan dimana cara itu dapat menentukan peran yang mengatur tindakan individu tersebut, dan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan. Etika disinonimkan dengan moralitas sebuah tindakan, jadi kode moralitas disebut juga dengan kode etik, dan etika bisnis pun didefinisikan sebagai moralitas bisnis. Moralitas merupakan suatu tindakan normatif dan model yang tercermin dalam tingkah laku

kita, dan etika normatif berusaha untuk menyuplai dan menilai sistem moral yang masuk akal. Sistem moral tersebutlah yang memberi tata aturan yang mengatur perilaku individu dengan mendefinisikan tindakan - tindakan yang benar maupun salah.

Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris yaitu "busy" yang berarti sibuk dalam konteks individu, komunitas, maupun masyarakat. Secara umum, bisnis tidak lepas dari yang namanya aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan laba yang berguna untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan dana untuk pelaksanaan kegiatan pelaku bisnis. Oleh karena itu, bisnis dapat diartikan sebagai sebuah bentuk aktivitas yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi si pemilik atau yang mengusahakan aktivitas tersebut.

Dalam ilmu ekonomi, bisnis merupakan suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk memperoleh keuntungan atau laba. Bisnis juga merupakan pertukaran barang/jasa, uang yang saling menguntungkan atau sama-sama memberi manfaat. Pada dasarnya hal ini dilakukan oleh individu atau kelompok komunitas pemasok barang untuk menghasilkan atau memperoleh barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidupnya, baik dari segi produksi, konsumsi, dan distribusi, atau bisa juga dari kegiatan lainnya yang menggunakan mata uang sebagai alat tukarnya. Sehingga bisnis dalam arti luas dapat didefinisikan sebagai semua aktivitas baik yang dilakukan oleh individu maupun komunitas pemasok barang dan jasa untuk mendatangkan keuntungan.

Etika bisnis yaitu seperangkat nilai mengenai baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip - prinsip moralitas. Dengan kata lain, bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus

berkomitmen untuk berperilaku dan berelasi dalam transaksi dengan tujuan bisnisnya selamat.

2.2 Teori Etika

Berikut akan disajikan beberapa teori etika:

2.2.1 Teori Deontologi

Teori deontologi yaitu teori yang berasal dari kata Yunani deon, berarti kewajiban. Etika deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak baik, dan penilaian baik tidaknya sebuah tindakan itu bukan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan baik, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri. Teori deontologi merupakan kewajiban manusia untuk berbuat baik, terlepas dari proses, tujuan, dan akibatnya. Jika sudah menjalankan, suatu individu dianggap telah menjalankan tugasnya.

2.2.2 Teori Utilitarisme

Istilah ini berasal dari kata lain, yaitu utilis. Kata utilis berarti bermanfaat, jadi menurut teori ini sebuah perbuatan baik yaitu perbuatan yang bermanfaat, tapi manfaat tersebut harus dirasakan oleh masyarakat secara keseluruhan. Utilitarisme sangat menekankan pentingnya konsekuensi perbuatan menilai baik - buruknya, dimana kualitas moral suatu perbuatan tergantung pada konsekuensi atau akibat yang dibawakan olehnya. Jika sebuah perbuatan mengakibatkan manfaat yang besar seperti memajukan kemakmuran, kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat, maka perbuatan tersebut dianggap baik.

2.2.3 Teori Hak

Teori hak merupakan pendekatan yang paling banyak dipakai untuk mengevaluasi baik buruknya suatu perbuatan atau perilaku. Teori hak merupakan suatu aspek dari teori deontologi karena hak berkaitan dengan kewajiban.

2.2.4 Teori Keutamaan

Bedanya teori keutamaan dengan teori - teori lainnya yaitu teori deontologi, utilitarisme, dan teori hak menganggap baik buruknya perilaku manusia ditekankan berdasarkan suatu prinsip atau norma, dimana jika sesuai norma maka perbuatan tersebut dianggap baik. Tapi disamping teori - teori tersebut, teori keutamaan memfokuskan kepada seluruh manusia sebagai perilaku moral.

2.3 Prinsip Dasar Dalam Etika Bisnis

Menjalankan bisnis dengan baik dan memegang teguh prinsip etika bisnis yang ada akan membuat perusahaan atau suatu bisnis menjadi lebih lancar. Nama baik perusahaan akan mendapatkan nilai tambah atau poin plus melalui prinsip - prinsip berikut.

2.3.1 Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran menanamkan sikap apa adanya, berdasarkan fakta dan kondisi yang sebenarnya. Prinsip ini memberikan kepatuhan dalam melaksanakan berbagai kontrak, perjanjian, dan komitmen yang dibuat. Prinsip kejujuran pada umumnya berlaku bagi semua orang, tapi dalam etika bisnis, prinsip kejujuran berlaku khusus kepada pelaku bisnis. Prinsip kejujuran harus diterapkan pada segala proses, mulai dari menjelaskan produk, customer service mengatasi keluhan, hingga perjanjian dan kontrak. Bisnis akan lebih dipercaya oleh konsumen jika tiap proses dalam bisnis diterapkan prinsip kejujuran. Prinsip kejujuran ini juga seharusnya diterapkan kepada sesama karyawan, dan pihak lain yang memiliki kerja sama dengan perusahaan / badan usaha, sampai masyarakat umum juga.

2.3.2 Prinsip Loyalitas

Prinsip loyalitas yaitu komitmen yang kuat dalam menjalani bisnis secara menyeluruh, dengan serius dan profesional. Loyalitas merupakan salah satu prinsip yang harus dipegang dalam etika bisnis profesional, karena salah satu bentuk loyalitas yaitu mau mematuhi perintah perusahaan dan atasan, dan juga untuk tidak membongkar rahasia perusahaan kepada pihak luar. Bisnis harus dikelola dengan memiliki target tertentu yang ingin dicapai, dan ketika proyek tertentu sudah disepakati, semua pihak harus loyal dan berkomitmen untuk menyelesaikan proyek tersebut dengan sepenuh hati.

2.3.3 Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan mendukung kesempatan dan hak yang sama untuk segala pihak yang terlibat dalam bisnis. Semua pihak berhak mendapatkan perlakuan yang sama, berhak untuk didengar pendapatnya yang berkaitan dengan visi dan misi untuk perusahaan. Tim yang solid dan adil akan menghasilkan hasil kerja yang efektif, dan bisa fokus pada pengembangan perusahaan / usaha.

2.3.4 Prinsip Integritas Moral

Prinsip Integritas Moral berarti semua pihak wajib memiliki rasa tanggung jawab untuk menjaga nama baik perusahaan, untuk menjunjung tinggi integritas diri dan perusahaan. Dengan demikian, kepercayaan dari konsumen dan masyarakat luas akan menjadi lebih kuat, dan perusahaan atau usaha bisa mendapatkan pihak eksternal terpercaya yang ingin menanam saham.

2.3.5 Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi merupakan prinsip terakhir pada prinsip dasar etika bisnis. Prinsip otonomi berkaitan dengan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Pelaku bisnis harus bisa mengambil

keputusan yang tepat dan terbaik untuk perusahaan, bersama dengan rasa tanggung jawab yang cukup untuk menanggung hasilnya, baik ataupun buruk. Konsekuensi dan manfaat setiap kesempatan harus diperhitungkan secara matang. Pada kasus eksternal, perusahaan yang ingin bekerja sama dengan perusahaan lainnya harus memiliki prinsip otomotif terhadap perusahaannya masing - masing. Sebelum keputusan diambil, semua konsekuensi yang mungkin terjadi, situasi, kondisi, dan tujuan utama dari keputusan tersebut harus didiskusikan dengan jelas. Otonomi tersebutlah yang harus dihormati oleh kedua belah pihak.

2.4 Penerapan Praktis Etika Bisnis

Berikut ini adalah contoh penerapan etika bisnis yang baik dan benar:

2.4.1 Menjelaskan suatu produk dengan jelas terhadap konsumen

Contohnya saat ada terdapat suatu pameran butik atau pameran baju seorang penjual menjelaskan tentang produknya secara jelas kepada konsumen mengenai kegunaan baju tersebut untuk apa, kemudian bahan yang di gunakan dan lain sebagainya, hal ini pastinya akan membuat konsumen segan terhadap penjual karena mau menjelaskan produknya secara baik dan jelas.

2.4.2 Tidak melakukan pembocoran terhadap rahasia perusahaan walaupun kita telah resign

Walaupun kita telah keluar dari perusahaan tersebut kita tidak boleh membocorkan rahasia perusahaan karena itu akan merugikan pihak perusahaan, contoh anya keluar dari suatu perusahaan star up namun karena ingin mendapatkan pengalaman di perusahaan lain dia pun resign dari perusahaan tersebut, namun anya tidak membocorkan rahasia perusahaannya yang lama kepada perusahaan yang baru walaupun dia telah di imingi duit oleh perusahaan yang baru.

2.4.3 Mengerjakan tugas yang di berikan sebaik mungkin

Saat kita di berikan kepercayaan oleh orang lain untuk mengerjakan suatu tugas kita harus menyelesaikan tugas tersebut sebaik mungkin dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan tugas tersebut, dan hal tersebut dapat di lakukan mulai dari lingkungan sekolah, keluarga ,masyarakat ,perkuliahan hingga lingkup kerja.

2.4.4 Menolak ketika di berikan suap

Dalam menjalani suatu pekerjaan terutama dalam dunia ekonomi dan politik pastinya kita selalu di hadapkan dengan godaan agar bisa di suap dengan tujuan tertentu oleh karena itulah ketika kita di berikan suap oleh pihak tertentu kita harus menolaknya agar tercipta lingkungan yang sehat dan tanpa ada suap dari berbagai pihak.

2.4.5 Bersikap Dewasa

Kita harus bisa bersikap dewasa dalam berbisnis kita tidak bisa mementingkan ego kita terlebih dahulu. Kita harus tau bahwa yang membawa kesuksesan pada bisnis bukan hanya diri kita akan tetapi juga org lain seperti konsumen dan partner kita.

2.5 Tujuan Etika Bisnis

Tujuan dari Etika bisnis adalah untuk memberi dorongan terhadap kesadaran moral dan juga memberikan amanat bagi pebisnis untuk menjalankan bisnis secara adil dan juga menjauhi bisnis yang menipu orang serta memeras orang untuk kepentingan pribadi . dan juga tujuan dari etika bisnis adalah melakukan kegiatan bisnis secara adil dengan berlandaskan hukum peraturan undang-undang yang berlaku dalam suatu negara.

Etika bisnis diperlukan karena bisnis dapat menjadi tidak etis dan ada banyak bukti praktik tidak etis dalam bisnis saat ini. Perusahaan beroperasi dalam lingkungan alam dan sosial. dengan

sifat alami, lingkungan sosial perusahaan dipaksa untuk bertanggung jawab atas lingkungan alam dan sosial di mana ia berada. Terlepas dari tuntutan dan tekanan perusahaan telah terlibat dalam etika bisnis sejak awal. Ada dua alasan: pertama, bahwa bisnis apa pun tidak memengaruhi kelompok kepentingan, dan kedua, bahwa setiap titik tindakan adalah pengembangan etis dan jalur tidak etis, di mana keberadaan perusahaan dibenarkan oleh kemungkinan etis yang sesuai dengan pilihan. Salah satu prasyarat untuk meningkatkan etika bisnis adalah bahwa pengusaha kecil mengembangkan tingkat kepercayaan yang tinggi pada perusahaan dan kemudian terbentuk struktur bisnis internasional besar yang dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat. Seiring meningkatnya persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan saling bersaing untuk menjadi pemimpin pasar. Di sini sangat rentan untuk menunjukkan praktik bisnis yang tidak etis untuk memenangkan persaingan di industri ini.

Implementasi etika dalam penyelenggaraan bisnis mengikat setiap personal menurut bidang tugas yang diembannya. Dengan kata lain mengikat manajer, pimpinan unit kerja dan kelembagaan perusahaan. Semua anggota organisasi/perusahaan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi harus menjabarkan dan melaksanakan etika bisnis secara konsekuen dan penuh tanggung jawab. Dalam pandangan sempit perusahaan dianggap sudah dianggap melaksanakan etika bisnis bilamana perusahaan yang bersangkutan telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Gemeš, N. 2022. 17 Of The World's Most Ethical Companies. GreenCitizen.
- Gie. 2020. Etika Bisnis : Pengertian, Tujuan, Contoh, dan Manfaatnya untuk Bisnis. Accurate Online. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-lengkap-etika-bisnis/>
- Pintek, P. 2021. Etika Bisnis, Tujuan, Contoh & Penerapannya, Wajib Tahu! Fungsi-Bisnis-Plan
- Prinsip Prinsip Etika dalam Berbisnis. 2020. STIE PASIM SUKABUMI.
- Twin, Alexandra. 2021. Business Ethics. <https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp>

BIODATA PENULIS



Dr. Roy Setiawan

Dosen Program Studi Manajemen
School of Business and Management
Universitas Kristen Petra

Roy Setiawan menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) nya di Program Studi Teknik Informatika Universitas Kristen Petra pada tahun 2004. Selama menyelesaikan S1 nya, juga aktif sebagai Ketua Himpunan Mahasiswa (HIMA) Teknik Informatika periode 2002 – 2003, dan pernah dipercaya menjadi Ketua Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Kristen Petra periode 2003 – 2004. Selain itu pernah menjabat sebagai Koordinator Forum Komunikasi Lembaga Kemahasiswaan Perguruan Tinggi Kristen Indonesia. Pengalaman kepemimpinannya menjadi semakin terampil ketika mengabdikan sebagai Ketua Pengurus Daerah Departemen Pemuda dan Anak Kota Surabaya periode 2009 – 2017 di salah satu organisasi non profit. Pendidikan Magister (S2) diselesaikan di Universitas Airlangga pada Program Magister Sains Manajemen (M.SM.), dan lulus cumlaude pada saat menempuh Pendidikan Doktor (S3) di Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Airlangga Surabaya tahun 2021 dengan Beasiswa Pascasarjana Dalam Negeri (BPPDN) dari Kementerian Ristekdikti

Republik Indonesia. Selain pendidikan formal, juga berhasil menyelesaikan sertifikasi di bidang Human Resources and Behavior yaitu Certified Professional Human Resources (CPHR), Certified Behavioral Analyst (CBA), Certified Behavior Consultant (CBC), dan Certified International Trainer (CIT). Tulisan-tulisannya banyak dimuat di jurnal internasional bereputasi mulai dari jurnal terindeks Scopus Q1 hingga Web of Science (Wos) dengan topik-topik seputar manajemen, kepemimpinan, perilaku keorganisasian, dan teknologi, selain juga menjadi reviewer pada jurnal-jurnal Scopus. Saat ini mengabdikan sebagai dosen tetap di Program Business Management, School of Business and Management, Universitas Kristen Petra Surabaya, juga mengajar di Program Studi Magister Manajemen, serta pernah menjabat sebagai Ketua Program Business Management serta Kepala Laboratorium Leadership. Saat ini terdaftar sebagai anggota Insan Doktor Ekonomi Indonesia (IDEI) dan Forum Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi (FAME).