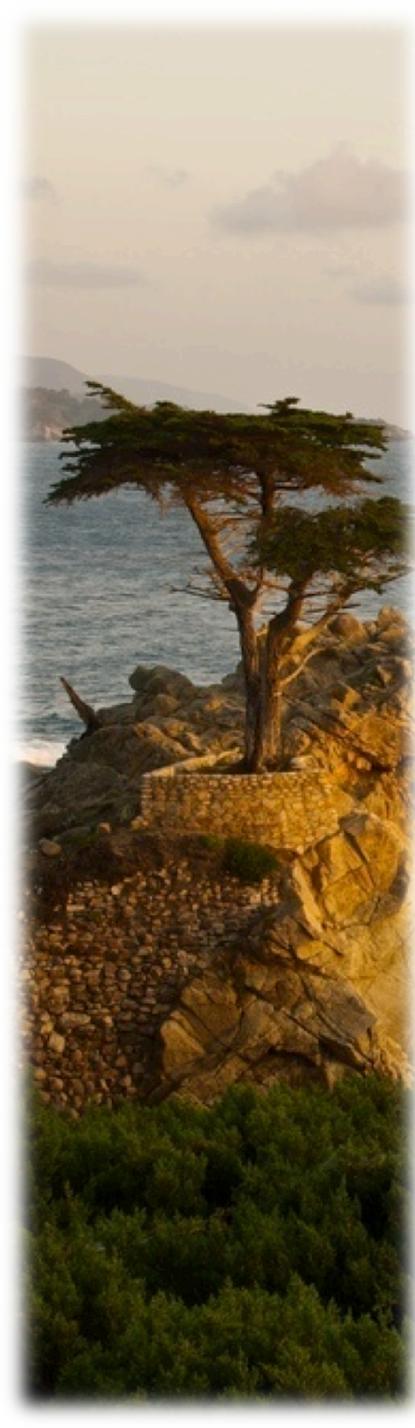
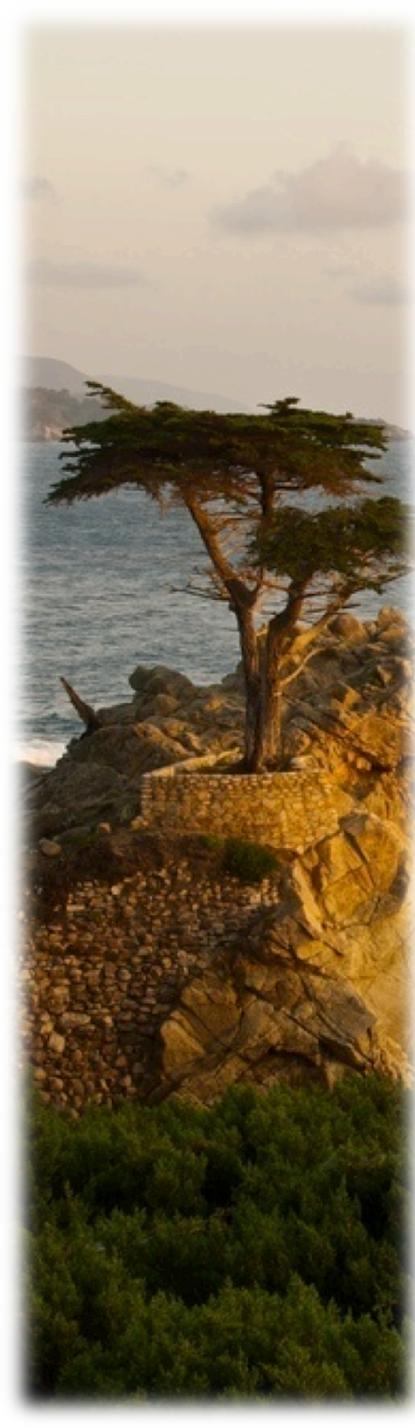


TUGAS 2

- TIAP KELOMPOK DIWAJIBKAN MEMILIH 1 KELURAHAN/DESA DENGAN RADIUS 10 KM DARI TEL-U
- TIAP KELOMPOK WAJIB MEGUMPULKAN DATA DALAM BENTUK MS WORD DENGAN FORMAT:
 1. NAMA DESA/KELURAHAN
 2. ALAMAT
 3. POSISI DESA (TUNJUKKAN DENGAN GOOGLE MAP POSISI DESA YANG DIUSULKAN DAN POSISI TEL-U)
- NAMA FILE MS WORD: USULANDESAKELOMPOKEB...KELAS...
- DIKUMPULKAN KE KOORDINATOR KELAS SEBELUM HARI MINGGU
- KOORDINATOR MENGUMPULKAN DAN MENGIRIMKAN KE DOSEN SEBELUM HARI SENIN



**ETIKA DALAM
HUBUNGANNYA
DENGAN PRILAKU
INDIVIDU, KELOMPOK,
DAN DUNIA BISNIS**

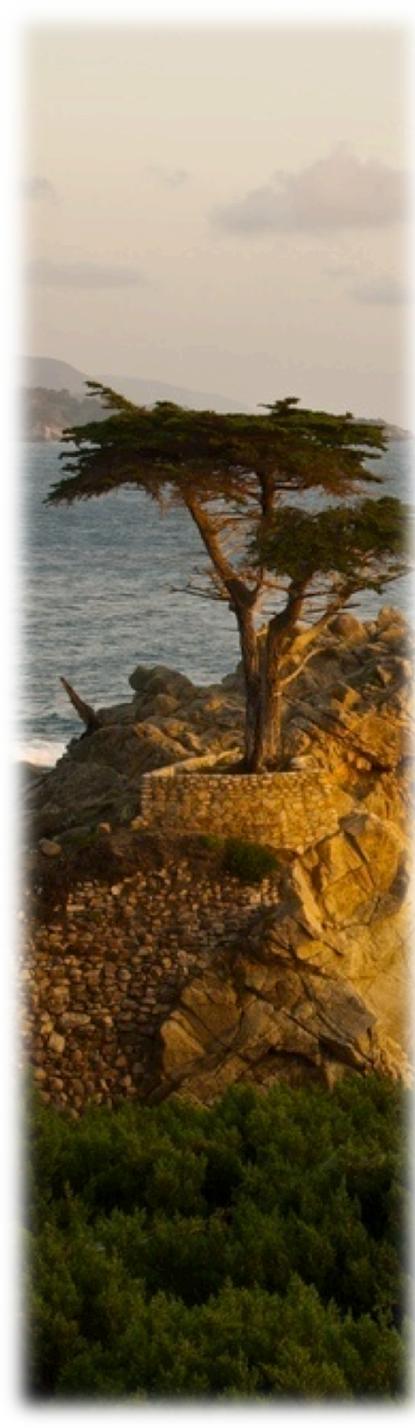


Prilaku individu menentukan dalam terciptanya tindakan yang etis dalam sebuah lingkungan bisnis.

4 Prinsip teori keutamaan:

- 1. Kejujuran**
- 2. *Fairness***
- 3. Kepercayaan**
- 4. Keuletan**

Sifat-sifat diatas diperlukan oleh pelaku bisnis. Karena dengan menggabungkan atau mengkombinasikan ke empat sifat diatas, akan dapat menciptakan sebuah lingkungan bisnis yang etis.



Prilaku tiap individu akan mencerminkan bagaimana sebuah kelompok atau organisasi dijalankan.

Menurut Drs. O.P. Simorangkir: “Etika atau etik sebagai pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran dan nilai yang baik.”

Menurut Drs. Sidi Gajalba : “Etika adalah teori tentang tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.”

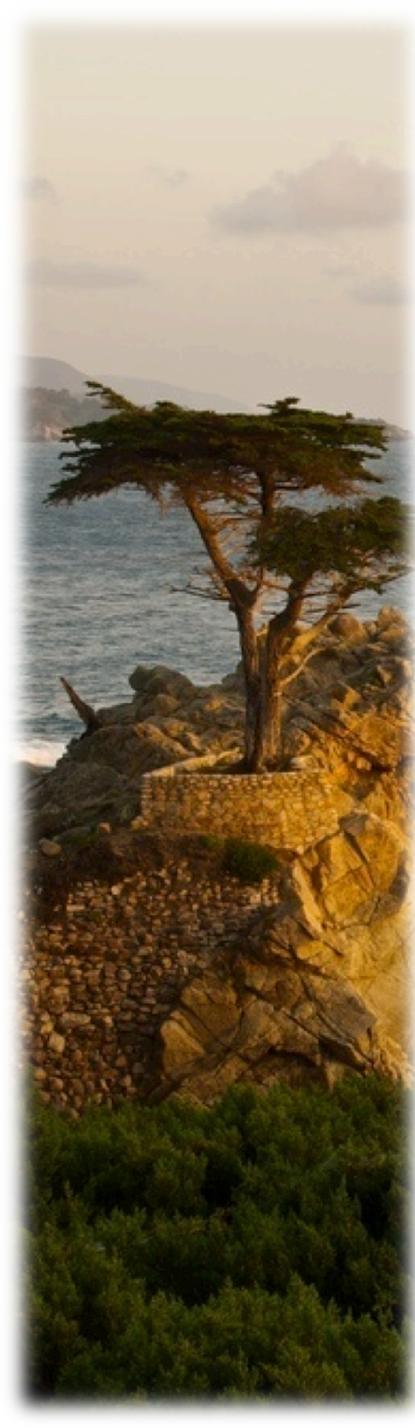
Dampak dari prilaku tidak etis tentu saja akan menciptakan sebuah lingkungan dimana kesepakatan bisnis akan sulit untuk dicapai.

Kepentingan yang terlalu dipaksakan dari tiap-tiap individu yang berbeda akan memunculkan dilema tersendiri dalam organisasi.

Disinilah peran etika diperlukan untuk menyatukan visi dari tiap-tiap individu.

Panduan yang telah diberikan oleh perilaku etika sebenarnya sudah cukup jelas, hanya tinggal bagaimana tiap individu mampu untuk melakukan transfer antara situasi dan penerapan etika dalam sebuah situasi yang sedang atau akan terjadi.





Dalam hubungannya etika dengan dunia bisnis memiliki dua cara untuk menjelaskan makna dari etika yang akan disampaikan.

1. Etika sebagai praksis

Maksud dari etika praksis merupakan nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktekkan atau tidak dipraktekkan. Tentu saja untuk mengukur nilai norma tersebut, maka perlu dilakukan praktek.

Banyak contoh untuk menjelaskan etika sebagai praksis, diantaranya seringnya kita dengar kata-kata seperti:

“Dalam dunia modern etika bisnis mulai menipis”.

Tentu saja maksud dari perkataan diatas memiliki makna bahwa, dengan tingkat persaingan yang ketat saat sekarang ini maka banyak pebisnis yang tidak mengindahkan etika dalam berbisnis. Prilaku persaingan tidak sehat atau kecurangan dalam berbisnis seringkali dilakukan demi mencapai sebuah keuntungan yang maksimal.

Sehingga etika sebagai praksis merupakan sebuah pandangan moral mengenai hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

Manfaat melakukan praksis etika bisnis bagi organisasi:

1. Mendapat kepercayaan dari konsumen
2. Meningkatkan motivasi pekerja.
3. Akan melindungi prinsip kebebasan ber-niaga.
4. Akan meningkatkan keunggulan bersaing.

Tindakan yang tidak etis, bagi perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai organisasi.



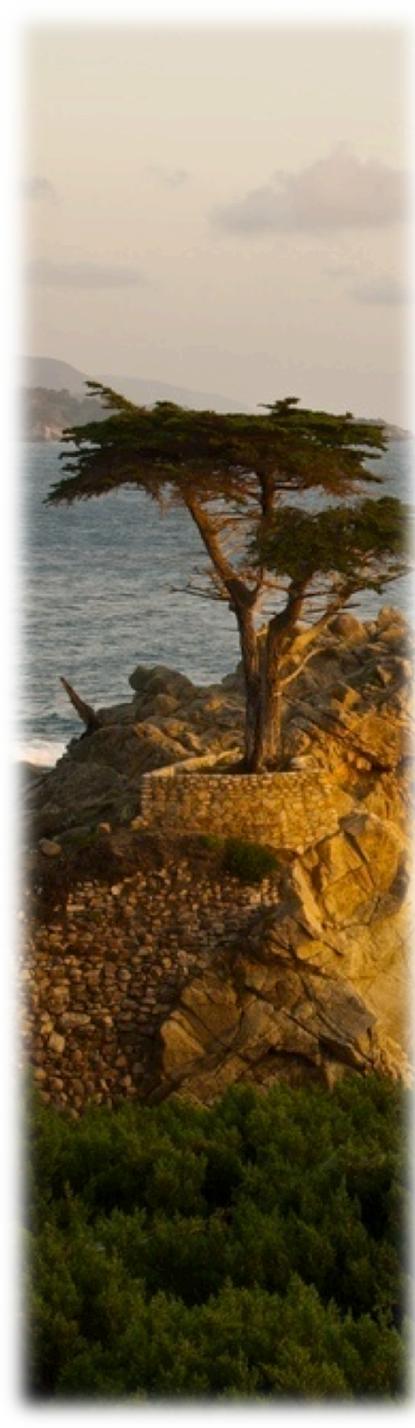
2. Etika sebagai refleksi

Dalam etika refleksi penekanan lebih diarahkan mengenai apa yang seharusnya dilakukan baik itu menyangkut yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

Setiap orang yang dihadapkan dalam suatu situasi tertentu diajak untuk berfikir kritis dan meneliti kejadian tersebut dari sudut pandang ilmiah.

Refleksi menjelaskan kepada kita tentang sebuah kejadian tidak etis seperti misalnya perampokan, pembunuhan dalam sudut pandang kajian keilmuan.

Sehingga dari hal tersebut didapatkan sudut pandang baru setelah sebelumnya dikaji secara kritis, metodis, dan sistematis. Sehingga muncul perkembangan ilmiah yang baru dari situasi tertentu.



Membumikan Etika Bisnis di Perusahaan

Dalam kerangka konsep etika bisnis terdapat pengertian tentang etika perusahaan, etika kerja dan etika perorangan, yang menyangkut hubungan-hubungan sosial antara perusahaan, karyawan dan lingkungannya.

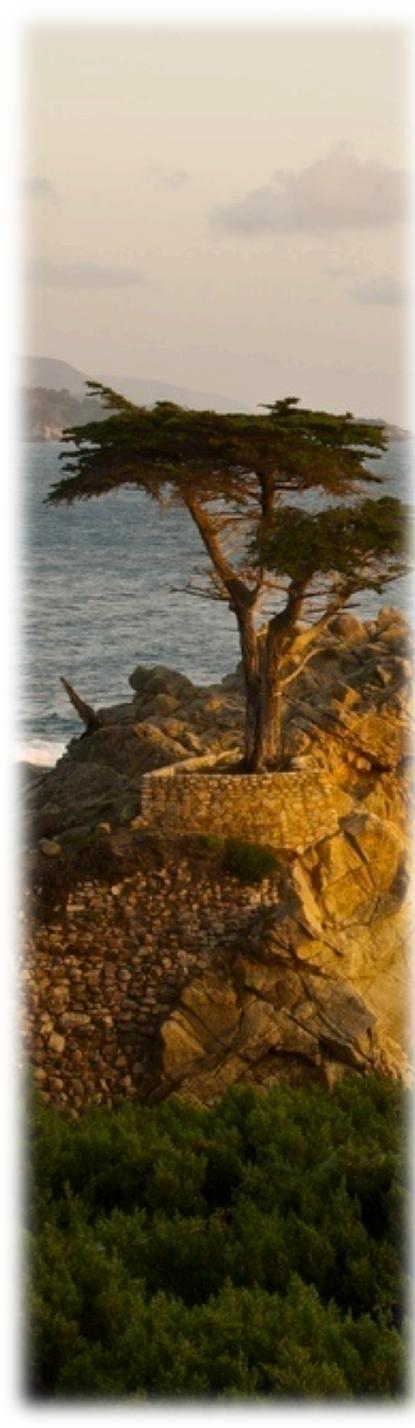
- ❖ Etika perusahaan menyangkut hubungan perusahaan dan karyawan sebagai satu kesatuan dengan lingkungannya (misalnya dengan perusahaan lain atau masyarakat setempat),
- ❖ Etika kerja terkait antara perusahaan dengan karyawannya,
- ❖ Etika perorangan mengatur hubungan antar karyawan.

Perilaku etis yang telah berkembang dalam perusahaan menimbulkan situasi saling percaya antara perusahaan dan stakeholders.

ETIKA VS BUDAYA ORGANISASI

Budaya perusahaan memberi kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan perilaku etis, karena **budaya perusahaan merupakan seperangkat nilai dan norma yang membimbing tindakan/perilaku karyawan.**

Budaya dapat mendorong terciptanya perilaku, dan sebaliknya dapat pula mendorong terciptanya perilaku yang tidak etis.

A vertical photograph on the left side of the slide. It shows a single, gnarled tree with dark green foliage growing from a rocky, light-colored cliff. The cliff is situated on a coastline, with the blue ocean and a hazy sky in the background. The lighting suggests it might be late afternoon or early morning.

Dalam terapan didunia bisnis pada umumnya, etika dijalankan pada tiga taraf.

1. Taraf Makro

Dimana aspek-aspek makro yang menyangkut kehidupan orang banyak menjadi perhatian khusus. Terutama perekonomian suatu negara dan pendistribusian penggunaan kekayaan negara terhadap penduduknya.

2. Taraf Meso (menengah)

Dalam taraf ini masalah etika lebih menyoroti hubungan antara organisasi-organisasi yang terkait dalam sebuah kerjasama bisnis seperti serikat buruh, lembaga konsumen, perhimpunan profesi dan lain-lain.

3. **Taraf Mikro**

Taraf mikro lebih mengarah kepada individu dalam hubungan terhadap ekonomi atau bisnis, dalam hal ini kajian yang lebih ditonjolkan yaitu bagaimana tanggung jawab etis dilaksanakan oleh tiap-tiap lini dalam organisasi seperti karyawan majikan, bawahan, produsen, distributor, dan konsumen.



Terima kasih