

Pertemuan ke-3

ETIKA BISNIS

Disarikan dari Julius Nursyamsi dan Berbagai
Sumber Yang Relevan

Prinsip – Prinsip Etika Bisnis

1. **Prinsip Otonomi,**

Prinsip dimana pelaku bisnis memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan yang dinilainya baik dan dapat dipertanggungjawabkan.

2. **Prinsip Kejujuran,**

Kejujuran dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian, transaksi barang dan jasa, dan kejujuran dalam hubungan kerja intern dalam perusahaan.

Lanjutan

4. **Prinsip Saling Menguntungkan (*mutual benefit principle*),**
Prinsip yang menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.

5. **Prinsip Integritas Moral,**
Prinsip yang dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar dalam menjalankan bisnisnya tetap menjaga nama baiknya dan nama baik perusahaan.

Budaya Perusahaan (*Corporate Culture*)

- ialah suatu kebiasaan atau budaya moral dalam kegiatan bisnis yang dianut oleh suatu perusahaan dari satu generasi ke generasi yang lain.
- Intinya ialah pembudayaan

Realisasi Budaya Dalam Unit Usaha Juga Dapat Dilihat Pada...

- Bagaimana perilaku perusahaan dan karyawan terhadap masa depan perusahaan
- Bagaimana sikap perusahaan terhadap sesama karyawan, atasan-bawahan
- Bagaimana sikap/perilaku perusahaan terhadap pihak luar (konsumen, supplier, dll)
- Bagaimana perilaku karyawan selama di lingkungan perusahaan
- Bagaimana perilaku karyawan dalam

Bagaimana perilaku perusahaan dan karyawan terhadap masa depan perusahaan



Bagaimana sikap perusahaan terhadap sesama karyawan, atasan-bawahan



Bagaimana perilaku karyawan dalam menyelesaikan tugasnya (waktu, proses, hasil, evaluasi, dll)



Fungsi Corporate Culture

- ❖ **Membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.**
- ❖ **Menciptakan komitmen terhadap perusahaan.**
- ❖ **Merupakan perekat sosial yang membantu mempersatukan perusahaan.**
- ❖ **Merupakan kendali yang memandu dan**

Stakeholder Pradigma

- Merupakan pendekatan yang menyatakan bahwa semua pihak yang berkepentingan dengan bisnis (*stakeholder*) hak dan kepentingannya harus dijamin, dihargai dan diperhatikan.
- Ada dua kelompok *stakeholder*, yaitu kelompok primer dan kelompok sekunder. Kelompok primer terdiri dari pemegang saham, kreditur, karyawan, pemasok, konsumen, distributor dan pesaing. Kelompok sekunder terdiri dari pemerintah setempat, pemerintah asing, kelompok social, media massa, LSM, dan lain – lain.