

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Etika Bisnis**

###### **a. Definisi Etika Bisnis**

Echdar dan Maryadi (2019:22) mengemukakan bahwa etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu perusahaan, atau juga masyarakat. Dalam persaingan bisnis, perusahaan atau organisasi yang akan di nilai unggul bukan hanya yang mampu mendatangkan keuntungan dalam jumlah banyak namun juga yang memiliki etika kerja yang baik. Etika kerja dalam suatu organisasi merupakan salah satu acuan yang biasa digunakan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, yang mana digunakan pula untuk menentukan bagaimana kinerja perusahaan atau organisasi, dalam hal ini adalah kinerja karyawan. Sedangkan menurut Djakfar (2012:15) etika berisi nilai dan norma-norma konkret yang menjadi kompas dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa etika merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif atau tegas karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.

## b. Klasifikasi Etika Bisnis

Menurut Muslich (dalam Echdar dan Maryadi, 2019:4) etika bisnis diklasifikasikan menjadi lima bagian yaitu :

1. Etika Deskriptif, yaitu dimana objek yang dinilai adalah sikap dan perilaku manusia dalam mengejar tujuan hidupnya sebagaimana adanya.
2. Etika Normatif, yaitu sikap dan perilaku manusia atau masyarakat sesuai dengan norma dan moralitas yang ideal.
3. Etika Deontologi, yaitu etika yang dilakukan dengan di dorong oleh kewajiban untuk berbuat baik terhadap orang atau pihak lain dari perilaku kehidupan.
4. Etika Teleogi, yaitu etika yang diukur dari apa tujuan yang dicapai oleh pelaku kegiatan.
5. Etika Relativisme, yaitu etika yang dipergunakan mengandung perbedaan kepentingan antar kelompok parsial dan kelompok universal atau global.

## c. Teori Etika Bisnis

Menurut Fahmi (2017) Etika bisnis memiliki beberapa teori-teori, diantaranya:

- 1) *Theory Ethics Utilitarianisme* (Teori Etika Manfaat/Kegunaan)  
Utilitarianisme adalah etika yang mengajarkan tentang apa yang berguna itu adalah baik atau menilai baik buruk, benar/salah, adil/tidak adilnya suatu perbuatan atau hasil berdasarkan konsekuensi. Etika utilitarianisme ini mendominasi cara pandang manusia dalam konteks perilaku ekonomi modern, dimana para pelaku ekonomi bisnis cenderung menekankan pada pencapaian hasil, output dengan mengabaikan proses. Akibatnya manusia terjebak pada pemikiran pragmatis yang cenderung untuk menghalalkan cara untuk mencapai tujuan.
- 2) *Theory Ethics of Relativisme* (Teori Etika Relatif)  
Etika ini memandang bahwa tidak terdapat ukuran yang dapat digunakan untuk menentukan etis atau tidak etis, benar dan salah, baik dan buruknya suatu perbuatan, semuanya bersifat relative sehingga kriteria etis menurut etika ini dapat ditentukan oleh masing-masing orang.
- 3) *Theory Ethics of duty* (Teori Etika Kewajiban)

Etika ini berargumen bahwa sebuah perbuatan mengandung nilai moral dan dinyatakan baik secara moral jika didasari oleh dorongan (*motivation*) yang baik (*goodwill*). Suatu perbuatan adalah baik jika dilakukan karena motivasi yang baik yang didasarkan pada kewajiban.

4) *Theory Naturallaw of Ethics* (Teori Etika Hak)

Etika ini juga dikenal dengan teori hak. Pendekatan hak pada teori ini menekankan pada nilai tunggal (*single value*), yaitu kebebasan. Suatu keputusan dan tindakan dipandang etis manakala keputusan dan tindakan tersebut ditetapkan berdasarkan pada hak-hak individu yang menjamin kebebasan memilih (*freedomofchoice*).

5) *Theory Ethis of Virtue* (Teori Etika Keutamaan)

Teori ini memandang sikap atau akhlak seseorang, tidak mempertanyakan apakah suatu perbuatan tertentu adil atau jujur, atau murah hati, melaikan apakah orang itu bersifat adil, jujur, murah hati dan sebagainya. Dalam etika bisnis, keutamaan ini yang harus mewarnai sifat dan karakter setiap bisnis, seperti kejujuran, *fairness*, kepercayaan, dan keuletan.

#### d. Pendekatan Etika Bisnis

Etika bisnis dapat dijadikan sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari oleh seluruh karyawan maupun bagian manajemen. Arief (2019:154) menyatakan terdapat tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu:

- 1) *Utilitarian Approach* : Dimana setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendahrendahnya.
- 2) *Individual Rights Approach* : Dimana setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.
- 3) *Justice Approach* : Dimana para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam

memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

**e. Tujuan Etika Bisnis**

Menurut Muslin (2017) tujuan etika dalam berbisnis adalah untuk meningkatkan kesadaran moral serta membuat batasan-batasan bagi para pelaku bisnis selain itu juga untuk menjalankan *good business*. Para pelaku bisnis harus memiliki pemahaman tentang praktik bisnis kotor yang merugikan banyak pihak. Memahami dan melaksanakan etika dalam berbisnis dapat menjadikan perusahaan memiliki citra yang baik di mata semua orang. Intinya, bisnis yang menerapkan etika berbisnis yang baik umumnya tidak akan merugikan pihak lain, tidak melanggar hukum yang berlaku, dan menjaga kondisi bisnis tetap kondusif.

**f. Manfaat Etika Bisnis**

Menurut Hasoloan (2018) etika dalam melakukan bisnis tentu memiliki manfaat yang dapat menguntungkan baik bagi pemilik bisnis maupun bagi perusahaan, berikut diantaranya:

- 1) Perusahaan mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Dalam hal ini perusahaan yang jujur mengenai produk yang di jual akan mendapatkan konsumen yang loyal, sehingga konsumen akan dapat dengan sukarela merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk tersebut.
- 2) Citra perusahaan di mata konsumen baik. Dengan memiliki citra yang baik maka perusahaan akan lebih dikenal oleh masyarakat dan akan menambah daya beli pada produk sehingga dapat perusahaan dapat mengalami peningkatan penjualan.
- 3) Keuntungan perusahaan dapat di peroleh. Etika adalah berkenaan dengan bagaimana kita hidup pada saat ini dan mempersiapkan diri untuk masa depan. Bisnis yang tidak

punya rencana untuk menghasilkan keuntungan bukanlah perusahaan yang beretik.

#### **g. Prinsip Etika Bisnis**

Sonny Keraf (dalam Arief, 2019) menjelaskan bahwa prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut :

- 1) Prinsip Otonomi, dimana sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya mengenai apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Jika seseorang sadar dalam melakukan kewajibannya dalam berbisnis maka dapat dikatakan bahwa orang tersebut sudah memiliki prinsip otonomi dalam beretika bisnis.
- 2) Prinsip Kejujuran, dimana terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan pada kejujuran, terutama kejujuran para pekerjanya. Yaitu jujur dalam memenuhi syarat-syarat perjanjian dan kontrak, jujur dalam menawarkan barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding, lalu jujur dalam berhubungan kerja intern dalam perusahaan. Dalam berbisnis secara modern, kepercayaan konsumen terhadap perusahaan merupakan hal yang sangat penting. Oleh karena itu pelaku bisnis diharapkan untuk memberikan informasi yang sebenarnya kepada para konsumen.
- 3) Prinsip Keadilan, prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan dapat dipertanggung jawabkan.
- 4) Prinsip Integritas Moral, dimana prinsip ini digunakan sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar menjalankan bisnis dengan menjaga nama baik pimpinan atau orang-orangnya maupun perusahaannya.

#### **h. Penerapan Etika Bisnis**

Penerapan etika dalam melakukan bisnis dapat mencerminkan integritas moral pelaku bisnis atau organisasi agar nama baik pribadi ataupun organisasi tetap terjaga, sehingga dapat dipercaya oleh masyarakat. Dengan menjalankan bisnis yang adil dapat mengubah pandangan seseorang tentang dunia mengenai etika bisnis agar tatanan

kegiatan ekonomi dapat membaik. Dengan tidak adanya etika dalam bisnis tentu akan menjadikan penguasa dan pebisnis menjadi tidak terkendali karena mereka akan menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya, tentunya hal tersebut tidak patut untuk dilakukan. Sehingga menerapkan etika dalam menjalankan bisnis sangat diperlukan. Seperti yang dikemukakan oleh Djakfar (2012:12) perilaku pelaku ekonomi tidak lepas dari kualitas moralnya. Semakin teguh dan konsisten memegang nilai moral, niscaya dia akan semakin konsisten memperhatikan hak dan kewajiban dalam berekonomi.

Hal ini juga berlaku untuk berbagai industri dan dapat deskriptif atau normatif dalam disiplin. Adapun etika bisnis perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value-creation*) yang tinggi, dimana diperlukan suatu landasan yang kokoh untuk mencapai itu semua. Dan biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang handal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen. Hasoloan (2018:9), menemukan bahwa peranan etika bisnis mempengaruhi tingkat kepercayaan atau trust dari masing-masing elemen dalam lingkaran bisnis. Pemasok (*supplier*), perusahaan, dan konsumen, adalah elemen yang saling mempengaruhi. Masing-masing elemen tersebut harus menjaga etika,

sehingga kepercayaan yang menjadi prinsip kerja dapat terjaga dengan baik.

## B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan ringkasan tentang kajian/ penelitian yang sudah pernah dilakukan diseperti masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian/ penelitian yang tidak ada. Sebuah penelitian tidak mungkin terlepas dari adanya teori-teori yang diambil dari buku, penelitian terdahulu, serta sumber lain yang relevan dan masih dapat dipertanggung jawabkan. Beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Pengarang Dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Hasil Sekarang
1	Isma Ramadhanti (2019)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Bank Muamalat Indonesia Kota Tangerang	Persepsi pegawai Bank Muamalat mengenai Etika Bisnis Islam ialah Etika atau sikap dan perilaku yang dijalankan dalam bertransaksi, dan ketika melakukan transaksi dapat memenuhi syarat-syarat berdasarkan kedudukan bank-bank Syariah. Dan Etika bisnis Islam yang diterapkan di Bank Muamalat Indonesia Kota Tangerang telah dilaksanakan sesuai	Pada penelitian yang dilakukan oleh Isma Ramadhanti, menganalisis penerapan etika bisnis islam di Bank Muamalat Indonesia. Sedangkan pada penelitian sekarang, dilakukan di UD. Manut Kediri dan tidak dalam perspektif islam.

			Kode Etik Bank Muamalat Indonesia Pusat, dan melayani nasabah sesuai dengan Standar Operasional Pelayanan (SOP).	
2	Pratantia Aviatri dan Ayunda Putri Nilasari (2021)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang	Hasil Dari Penelitian Ini Merupakan Sebuah Gambaran Mengenai Bagaimana Perusahaan Dagang Yang Dijalankan Dengan Prinsip Etika Bisnis Akan Terhindar Dari Berbagai Hambatan Berupa Kasus Kecurangan, Pencurian, Hingga Penggelapan Dana Yang Akan Mempengaruhi Kelangsungan Bisnis.	Pada penelitian yang dilakukan oleh Pratantia Aviatri dan Ayunda Putri Nilasari menganalisis penerapan etika bisnis terhadap kelangsungan usaha, sedangkan pada penelitian sekarang hanya menganalisis penerapan etika bisnis.
3	Nurfitriani (2020)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Di Pasar Inpres Palu	Penerapan etika bisnis Islam di pasar Inpres Manonda Palu telah dilakukan oleh sebagian pihak walaupun masih ada penjual yang melakukan kecurangan atau yang melanggar etika bisnis Islam. Dalam hal ini maka dapat dikatakan penerapan etika bisnis Islam di pasar inpres Palu telah dilakukan namun belum maksimal.	Pada penelitian yang dilakukan oleh Nurfitriani, menganalisis penerapan etika bisnis di Pasar Inpres Palu. Sedangkan pada penelitian sekarang, dilakukan di UD. Manut Kediri
4	Wahyu Samari (2020)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	Implementasi etika bisnis sudah dijalankan di Telkom dan telah dilakukan secara berkala. Dengan implementasi etika bisnis belum ada karyawan yang melakukan tindakan tidak terpuji yang	Pada penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Samari, menganalisis penerapan etika bisnis Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Sedangkan pada penelitian sekarang, dilakukan di UD.



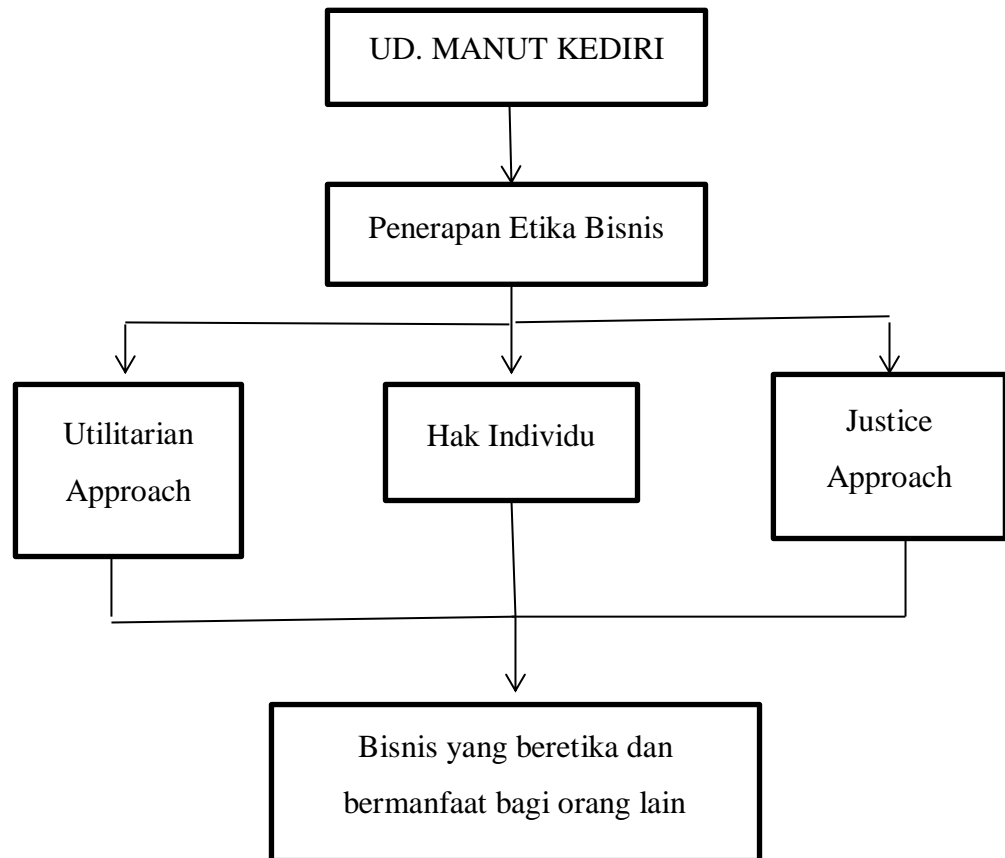
			dapat merusak hubungan bisnis antar <i>stakeholders</i> .	Manut Kediri
--	--	--	---	--------------

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2022

### C. Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2016:60) kerangka berpikir adalah bentuk strategi konseptual yang mengaitkan antara teori dengan berbagai faktor permasalahan yang dianggap penting untuk diselesaikan, sehingga dalam hal lebih mengacu pada tujuan penelitian tersebut dijalankan. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang diteliti, dalam hal ini penerapan etika bisnis. Seperti yang dikemukakan oleh Echdar dan Maryadi (2019:22) etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu perusahaan atau juga masyarakat. Penerapan etika dalam melakukan bisnis dapat mencerminkan integritas moral pelaku bisnis atau organisasi agar nama baik pribadi ataupun organisasi tetap terjaga, sehingga dapat dipercaya oleh masyarakat. Dengan menjalankan bisnis yang adil dapat mengubah pandangan seseorang tentang dunia mengenai etika bisnis agar tatanan kegiatan ekonomi dapat membaik. Dengan tidak adanya etika dalam bisnis tentu akan menjadikan penguasa dan pebisnis menjadi tidak terkendali karena mereka akan menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya, tentunya hal tersebut tidak patut untuk dilakukan. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Pratantia Aviatri dan Ayunda Putri Nilasari (2021) yang memaparkan bahwa “Perusahaan yang dijalankan dengan

prinsip etika bisnis akan terhindar dari berbagai hambatan berupa kasus kecurangan, pencurian, hingga penggelapan dana yang akan mempengaruhi kelangsungan bisnis.”



**Gambar 2.1**

**Kerangka Konseptual**

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022