**PERTEMUAN 15 : Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial**

1. Pengertian etika bisnis

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.

1. Tanggung jawab social

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya). perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu, CSR berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan", yakni suatu organisasi, terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, tetapi juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih panjang. Dengan pengertian tersebut, CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (minimisasi dampak negatif dan maksimisasi dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingannya[butuh rujukan].

1. Cara-cara memperbaiki etika

Etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan wilayah abu-abu yang tidak diatur oleh ketentuan hukum.

Von der Embse dan R.A. Wagley dalam artikelnya di Advance Managemen Jouurnal (1988), memberikan tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu :

* Utilitarian Approach : 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 serendah-rendahnya.
* Individual Rights Approach : 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.
* Justice Approach : para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ricky W. Griffin & Ronald J. Ebert, 2008***,*** Bisnis,Jilid 1dan 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Erni Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, 2008, Pengantar Manajemen, Edisi Pertama, Penerbit Kencana Prenada Media Group.

Amirullah & Rindyah Hanafi, 2002. Pengantar Manajemen. Graha Ilmu, Yogyakarta.

James A.F. Stoner & R. Edward Freeman. Manajemen, edisi Indonesia, jilid 1 dan 2. Intermedia, Jakarta

Stephen P. Robins & Mary Coulter, 1999. Manajemen, edisi Indonesia, jilid 1 dan 2. PT. Prehellindo, Jakarta.

M.A. Mukhyi, 1995. Pengantar Manajemen Umum, Gundarma, Jakarta.

Fx. Soedjadi, 1997. Analisis Manajemen Modern, Kerangka pikir dan beberapa pokok aplikasi. Gunung Agung, Jakarta.

Sondang P. Siagian MPA, 1996. Fungsi-fungsi Manajemen. Bumi Aksara, Jakarta.

Sukanto Reksohadiprodjo, 1986. Dasar-dasar Manajemen. BPFE, Yogyakarta