



ETIKA BISNIS

Tim Penulis

Made Dian Putri Agustina | Lukmanul Hakim Aziz

Khaerana | Nandang Ihwanudin | Irwan Moridu | Elsyé Rumondang Damanik

Titus Kristanto | Rudy Irwansyah | Elly Astuti | Dedeh Afifah | Nuhbatul Basyariah

PERILAKU 

MORAL 

**ETIKA
KORPORASI** 

AKSELERASI 

 **KEHANDALAN**

 **PRINSIP**

 **KEPERCAYAAN**

 **RELASI**

ETIKA BISNIS

Tim Penulis

Made Dian Putri Agustina | Lukmanul Hakim Aziz

Khaerana | Nandang Ihwanudin | Irwan Moridu | Elsyé Rumondang Damanik

Titus Kristanto | Rudy Irwansyah | Elly Astuti | Dedeh Afifah | Nuhbatul Basyariah



ETIKA BISNIS

Penulis:

**Made Dian Putri Agustina, Lukmanul Hakim Aziz, Khaerana, Nandang Ihwanudin,
Irwan Moridu, Elsy Rumondang Damanik, Titus Kristanto, Rudy Irwansyah,
Elly Astuti, Dedeh Afifah, Nuhbatul Basyariah.**

Desain Cover:

Ridwan

Tata Letak:

Aji Abdullatif R

Proofreader:

Via Silvira F

ISBN:

978-623-6608-52-4

Cetakan Pertama:

Oktober, 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2020

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI Cabang Jawa Barat

No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

Kata Pengantar

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Oleh karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “ETIKA BISNIS” telah selesai disusun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasannya bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang ETIKA BISNIS.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “*tiada gading yang tidak retak*” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Oktober, 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PENDEKATAN TEORETIK-ETIS ATAS BISNIS	1
A. Pendahuluan	1
B. Teori Deontologi (Etika Kewajiban)	2
C. Teori Teleologi (Etika Tujuan Atau Manfaat; Sebab- Akibat)	5
D. Etika Utilitarianisme	7
E. Rangkuman Materi	14
BAB 2 PRINSIP ETIKA DALAM BERBISNIS	19
A. Pendahuluan	19
B. Prinsip Otonomi	20
C. Prinsip Kejujuran	22
D. Prinsip Keadilan	24
E. Prinsip Saling Menguntungkan	26
F. Prinsip Integritas Moral	27
G. Rangkuman Materi	28
BAB 3 ETIKA BISNIS DAN LINGKUNGAN HIDUP	33
A. Pendahuluan	33
B. Masalah Lingkungan Hidup Sebagai Tantangan Global	34
C. Hubungan Manusia Dengan Lingkungan Alam	35
D. Lingkungan Hidup dan Konsep <i>Green Economics</i> (Ekonomi Hijau)	37
E. Ancaman Terhadap Ekosistem Lingkungan	39
F. Peran Bisnis Dalam Mengatasi Kerusakan Lingkungan	41
G. Rangkuman Materi	43
BAB 4 ETIKA BISNIS DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)	45
A. Pendahuluan	45
B. Definisi dan Sejarah CSR	47
C. Hubungan Bisnis Dengan CSR	49
D. Model/Instumen CSR Dalam Ekonomi Islam	56
E. Rangkuman Materi	58

BAB 5 ETIKA BISNIS DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN	63
A. Pendahuluan.....	63
B. Definisi Pengambilan Keputusan.....	63
C. Hakikat Pentingnya Pengambilan Keputusan.....	64
D. Pendekatan Pengambilan Keputusan Yang Etis Dalam Bisnis.....	65
E. Etika Pengambilan Keputusan Dalam Bisnis.....	69
F. Kriteria Pengambilan Keputusan Yang Baik Dalam Bisnis.....	71
G. Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Yang Beretika Dalam Bisnis.....	72
H. Kesalahan Umum Dalam Pengambilan Keputusan Yang Beretika.....	73
I. Rangkuman Materi.....	76
BAB 6 ETIKA BISNIS DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN	81
A. Pendahuluan.....	81
B. Etika Bisnis Dalam Praktik Perlindungan Konsumen.....	85
C. Rangkuman Materi.....	93
BAB 7 ETIKA BISNIS DAN ETIKA PROFESI	99
A. Pendahuluan.....	99
B. Peranan Etika Bisnis.....	100
C. Kinerja Bisnis.....	101
D. Kontrak Bisnis.....	101
E. Praktik Bisnis.....	102
F. Prinsip Etika Bisnis.....	103
G. Cakupan Etika Bisnis.....	107
H. Relevansi Antara Etika Bisnis Dengan Perusahaan.....	107
I. Etika Profesi.....	107
J. Hubungan Etika Profesi dan Etika Bisnis.....	108
BAB 8 ETIKA BISNIS DAN PERIKLANAN	113
A. Pendahuluan	113
B. Pengertian Periklanan	115
C. Pengertian Etika.....	116
D. Konsep Etika Bisnis dan Periklanan.....	116
E. Fungsi Periklanan.....	117
F. Bagian-bagian Dalam Iklan	121

G.	Faktor-faktor Dalam Periklanan	122
H.	Pentingnya Etika Dalam Iklan	123
I.	Periklanan dan Kebenaran.....	126
J.	Pentingnya Etika dan Estetika Dalam Iklan	128
K.	Peran Etika Dalam Periklanan.....	129
L.	Etika Periklanan di Indonesia Diatur Dalam Etika Pariwara Indonesia (EPI).....	129
M.	Rangkuman Materi	130
BAB 9 TATA KELOLA PERUSAHAAN		133
A.	Pendahuluan	133
B.	Pentingnya Etika Dalam Tata Kelola Perusahaan	134
C.	Konflik Kepentingan Dalam Tata Kelola Perusahaan.....	138
D.	Proses Tata Kelola Berbasis Pemangku Kepentingan.....	140
E.	Prinsip Dasar Tata Kelola Perusahaan KNKG	143
F.	Prinsip Tata Kelola ASEAN CG <i>Scorecard</i>	145
G.	Prinsip Tata Kelola OECD	146
H.	Rangkuman Materi	148
BAB 10 ETIKA BISNIS DAN TATA KELOLA PERKANTORAN		151
A.	Pendahuluan.....	151
B.	Etika Bisnis	152
C.	Etika Tata Kelola Administrasi	155
D.	Etika Tata Kelola Organisasi Perkantoran	157
E.	Etika Tata Kelola Sarana dan Prasarana Kantor	160
F.	Etika Tata Kelola Kepegawaian	163
G.	Etika Tata Kelola Hubungan Masyarakat (Humas)	166
H.	Karakteristik Humas.....	169
I.	Rangkuman Materi	171
BAB 11 ETIKA BISNIS PERSPEKTIF SYARIAH ISLAM.....		175
A.	Pendahuluan	175
B.	Bisnis, dan Usaha Pengembangan Harta Perspektif Syariah Islam	177
C.	Etika Perniagaan Perspektif Syariah Islam.....	181
D.	Etika Industri (Berproduksi) Perspektif Syariah Islam	183
E.	Etika Mitra Kerja sama (Syirkah) Perspektif Syariah Islam	185
F.	Etika Ketenagakerjaan Perspektif Syariah Islam.....	187

G. Pengembangan Harta Yang Terlarang	188
H. Rangkuman Materi	191
PROFIL PENULIS	193
GLOSARIUM	199



PENDEKATAN TEORETIK-ETIS ATAS BISNIS

Dr. Made Dian Putri Agustina, S.E., M.Si
Universitas Hindu Indonesia

A. PENDAHULUAN

Dalam aktivitas bisnis saat ini, etika menjadi persoalan yang sangat penting. Hal ini dikarenakan aktivitas bisnis menimbulkan banyak perdebatan dan dilema khususnya terkait etika dalam operasional perusahaan. Banyak perusahaan yang melakukan praktik yang tidak etis untuk mencapai tujuannya seperti penyalahgunaan penentuan harga terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan, tidak ada kesejahteraan dalam organisasi, perlakuan tidak adil terhadap karyawannya, tidak etis saat menjalin kerja sama dengan rekan bisnisnya, tidak ada tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya dan pelanggaran lainnya.

Etika sebagai disiplin ilmu berhubungan dengan kajian secara kritis tentang adat kebiasaan, nilai-nilai dan norma-norma perilaku manusia yang dianggap baik atau tidak baik. Sebagai ilmu, etika belum semapan ilmu fisika atau ilmu ekonomi. Teori etika menyediakan sebuah kerangka yang dapat digunakan untuk memastikan benar tidaknya keputusan moral. Teori etika dapat membantu memberikan penilaian etis tidaknya suatu keputusan yang dilakukan oleh pengambil keputusan. Berdasarkan suatu



PRINSIP ETIKA DALAM BERBISNIS

Lukmanul Hakim Aziz, S.E.I., M.M.
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

A. PENDAHULUAN

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar-menukar, jual-beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan (Bertens, 2000:17). Dalam perkembangan suatu bisnis, diperlukan adanya prinsip-prinsip yang berhubungan dengan etika dalam berbisnis guna mencapai tujuan bisnisnya. Prinsip tersebut tidak terlepas dari nilai moral dan nilai sosial sehingga kegiatan bisnis menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan lingkungannya. Oleh karena itu, prinsip-prinsip etika dalam berbisnis sangat dibutuhkan, dikarenakan prinsip yang bersifat umum ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam melaksanakan suatu kegiatan bisnis agar bisnis tersebut dapat berjalan dengan baik.

Kegiatan bisnis sangat erat hubungannya dengan lingkungan eksternal maupun lingkungan internal, sehingga faktor-faktor lingkungan tersebut dapat mempengaruhi kegiatan bisnis dalam mencapai tujuannya. Diperlukan adanya prinsip-prinsip etika dalam berbisnis untuk



ETIKA BISNIS DAN LINGKUNGAN HIDUP

Khaerana, S.E., M.M

Universitas Andi Djemma Palopo

A. PENDAHULUAN

Dunia bisnis saat ini semakin maju dengan sangat cepat seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi. Hal ini telah banyak memberi peluang bagi setiap orang untuk lebih mudah melakukan aktivitas bisnisnya. Sebagaimana kita ketahui bahwa salah satu tujuan bisnis itu adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Bisnis yang baik adalah bisnis yang mengedepankan nilai-nilai etika. Salah satu nilai etika yang harus diterapkan dalam berbisnis adalah dengan mematuhi berbagai norma yang berlaku di masyarakat dan juga norma-norma atau regulasi yang dibuat oleh pemerintah. Pelaku bisnis terkadang hanya mengejar keuntungan semata dengan mengabaikan berbagai aspek, antara lain, aspek kesehatan masyarakat dan kelestarian lingkungan hidup. Jika aspek lingkungan hidup selalu diabaikan maka akan memberi dampak buruk bagi masyarakat dan bagi pelaku bisnis itu sendiri, karena sebagian besar sumber daya yang digunakan dalam aktivitas bisnis adalah bersumber dari alam.



ETIKA BISNIS DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

**Dr. Nandang Ihwanudin, S.Ag., M.E.Sy.
Universitas Islam Bandung (UNISBA)**

A. PENDAHULUAN

Islam dalam kitab sucinya Al Quran mengisyaratkan tentang pembangunan berkelanjutan antara lain Allah SWT. berfirman: “Dan kami Telah menghamparkan bumi dan menjadikan padanya gunung-gunung dan kami tumbuhkan padanya segala sesuatu menurut ukuran.” Dan firman-Nya: “Dan tidak ada sesuatu pun melainkan pada sisi Kamilah khazanahnya; dan kami tidak menurunkannya melainkan dengan ukuran yang tertentu.” Kedua ayat ini menjelaskan bahwa segala sesuatu di alam semesta ini diciptakan oleh Allah SWT. menurut ukuran yang tertentu dan seimbang. Kadar oksigen misalnya, adalah 21 %. Jika naik menjadi 50 % niscaya seluruh benda di permukaan bumi akan luluh lantak terbakar dan kehidupan pun akan musnah. Demikian pula sinar matahari kadarnya telah ditentukan. Sekiranya bertambah, pasti penghuni bumi akan menjadi debu dan jika berkurang tentu akan menjadi beku. (M, Quraish Shihab, 1999)



ETIKA BISNIS DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Irwan Moridu, S.E., M.M

Universitas Muhammadiyah Luwuk Banggai

A. PENDAHULUAN

Aturan standar etika mengandung prinsip-prinsip dasar bagaimana seseorang yang berperilaku sesuai dengan standar yang berlaku di suatu komunitas mana yang tepat dan perilaku yang tidak pantas atau baik dan jahat dan bertindak. Selanjutnya etika dalam suatu organisasi atau komunitas adalah satu ketentuan standar untuk bersikap dan perilaku yang disepakati oleh seluruh anggota organisasi atau sekelompok orang bagaimana berperilaku yang sesuai.

B. DEFINISI PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Etika bisnis sangat penting bagi bisnis untuk tetap menjalankan standar bisnis sesuai dengan nilai-nilai yang patut dan tidak merusak sendi-sendi ekonomi dan masyarakat serta bangsa. Dampaknya sangat penting bagi masyarakat dan pemerintah ketika bisnis tidak membawa etika dalam berbisnis. Sebelum menjelaskan etika bisnis terlebih dahulu



ETIKA BISNIS DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Elsye Rumondang Damanik, S.E., M.Si
Kalbis Institute

A. PENDAHULUAN

Permasalahan ketidakpuasan pelanggan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan penjual (pelaku usaha) sudah lama terjadi. Secara mendasar, peliknya permasalahan perlindungan konsumen melibatkan tiga pihak: pemerintah selaku penentu kebijakan publik, penjual sebagai pengada barang dan jasa, serta konsumen sebagai pengguna barang dan jasa yang ditawarkan penjual. Keterlibatan ketiganya dalam mempengaruhi interaksi bisnis tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, masih belum memadainya kehadiran pemerintah dalam memberi perlindungan kepada masyarakat konsumen. Dalam prakteknya, perangkat hukum yang dibuat pemerintah masih belum mampu membuat pelaku usaha berkomitmen secara maksimal melayani konsumennya. Kedua, penjual (pelaku usaha) yang berkewajiban memberikan barang dan jasa sesuai harapan konsumen kerap melakukan tindakan yang merugikan konsumen. Ketiga, posisi tawar konsumen yang masih rendah. Hal itu



ETIKA BISNIS DAN ETIKA PROFESI

Titus Kristanto, S.Kom., M.Kom
Institut Teknologi Telkom Surabaya (ITTS)

A. PENDAHULUAN

Pada dunia bisnis menjadi hal terpenting dalam perilaku bisnis. Tentunya pada perusahaan mempunyai aturan tersendiri agar bisnis dapat berjalan secara lancar sesuai dengan etika dan tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain. Banyak sekali resiko yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan bisnis terutama pada pelanggaran hukum. Pelanggaran hukum bisa dilakukan oleh individu maupun perusahaan, sehingga dapat merusak tatanan *system* yang ada di perusahaan. Oleh sebab itu, diperlukan peranan etika di perusahaan terutama etika profesi perusahaan.

Peranan etika sering kali sebagai teori dan bahan bacaan, bukan untuk di implementasi di perusahaan. Perkembangan dari ilmu etika belum membawa dampak positif bagi orang lain. Sebagian dari individu atau perusahaan dalam menjalankan bisnis menggunakan cara kotor yang dapat merugikan orang lain. Maka dari itu, etika profesi muncul disebabkan adanya penyimpangan perilaku bisa dari individu ataupun dari



ETIKA BISNIS DAN PERIKLANAN

Rudy Irwansyah, S.P., M.M.

STIE Muhammadiyah Asahan (STIEMA)

A. PENDAHULUAN

Kebutuhan akan promosi pada pemasaran akan dituangkan dalam kegiatan iklan/periklanan. Iklan sebagai bagian aspek pemasaran yang cukup penting. Secara bisnis, iklan memberi peran pada hubungan antar produsen dan konsumen, khususnya dalam aktivitas penawaran dan permintaan. Baik berupa barang atau pun jasa. Kegiatan ini pada akhirnya akan menentukan tingkat harga, baik barang atau jasa yang ada di pasar sasaran.

Pada bisnis modern seperti saat ini, perkembangan iklan atau periklanan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari dunia bisnis. Pada kegiatan ekonomi terdahulu di mana perkembangan ekonomi belum modern saat ini. Kegiatan iklan dilakukan dengan cara yang sangat sederhana sekali. Kita mengenal istilah "*words mouth to mouth*". Iklan dilakukan hanya mulut ke mulut saja. Sehingga dulu aktivitas iklan tidak berkembang seperti saat ini. Tidak ada penayangan iklan yang sangat beraneka ragam. Begitu juga dengan media, belum sepesat seperti



BAB
9

TATA KELOLA PERUSAHAAN

Elly Astuti, S.Pd, M.Si
Universitas PGRI Madiun

A. PENDAHULUAN

Ilustrasi Kasus Tata Kelola Perusahaan : Pengakuan Pendapatan Prematur PT G dalam tahun buku 2018 berhasil melaporkan kinerja keuangannya pada keadaan laba U\$D 809 ribu, padahal di tahun 2017 perseroan tersebut masih mengalami rugi U\$D 216, 28 juta. Tetapi keadaan tadi justru sebagai polemik karena dua komisaris PT G, CT dan DO menolak menandatangani laporan keuangan tersebut. Penolakan tadi dikarenakan adanya pencatatan transaksi atas perjanjian kerja sama yang dilakukan PT G dan PT M terkait penyediaan pelayanan *wifi* dan hiburan pada pesawat serta manajemen konten yang sudah dicatat pada pos pendapatan dalam tahun 2018. Padahal sampai akhir tahun 2018 belum terdapat pembayaran yang diterima. Hasil penelusuran memperlihatkan bahwa laporan keuangan PT G belum sepenuhnya mematuhi regulasi terkait penyusunan laporan keuangan. Faktor penyebab ketidaksesuaian merupakan adanya konflik kepentingan dalam manajemen PT G (Vitaningsih, Budiwobowo & Astuti, 2020).



ETIKA BISNIS DAN TATA KELOLA PERKANTORAN

Dedeh Afifah, S.Pd., M.M
Univeritas Islam 45

A. PENDAHULUAN

Sering kita tidak menyadari bahwa etika bagi setiap karyawan atau pegawai merupakan promosi terbaik bagi perusahaan, karenanya penerapan pada sesuatu yang sesuai dengan norma dan tata kebiasaan yang baik menjadi faktor penting yang tidak boleh diabaikan perusahaan. Banyak perusahaan yang akhirnya gulung tikar bukan karena produknya yang tidak diminati masyarakat, tetapi lebih dikarenakan pengelolaan manajerial yang tidak etis dan melanggar norma-norma bisnis yang berlaku.

Dalam pengelolaan tata kelola perkantoran ada rambu-rambu dan etika yang harus dipahami dan dijalani, bagaimana pengelolaan administrasi yang tepat, penempatan organisasi perkantoran yang sesuai bidang kerja, penyediaan sarana dan prasarana kantor yang tepat guna, pemilihan pegawai serta pengembangan yang berkesinambungan, dan yang tidak kalah penting bagaimana humas bisa menjadi media sosialisasi



ETIKA BISNIS PERSPEKTIF SYARIAH ISLAM

Nuhbatul Basyariah, S.E.I., M.Sc.
STEI Hamfara Yogyakarta

A. PENDAHULUAN

Islam merupakan agama yang komprehensif, mengatur seluruh kehidupan manusia tanpa terkecuali. Di antara pokok-pokok ajaran Islam tersebut meliputi tiga aspek, akidah, syariah, dan akhlak. Adapun syariah itu sendiri mencakup tiga hal yaitu: 1). syariah dalam perkara ibadah (hubungan manusia dengan Tuhan-Nya); 2). syariah dalam urusan akhlak (hubungan manusia dengan dirinya sendiri); dan 3). syariah dalam muamalah (hubungan manusia dengan manusia lainnya). Islam membuat batasan-batasan mana yang di bolehkan dan mana yang terlarang agar kita selamat dari sanksi dan hukuman bagi pelanggar aturan. Ketiga aspek ajaran Islam tersebut melingkupi *holistisitas* aktivitas seorang muslim, termasuk di dalamnya aktivitas ekonomi dan bisnis (Antony, 2018). Bahkan dalam masalah usaha dan bisnis untuk mencari penghidupan dan pengembangan harta Islam selalu menegaskan seorang muslim hendaklah berusaha untuk mencari rizqi dengan potensi yang diberikan oleh Allah kepadanya. Allah telah berfirman:

PROFIL PENULIS

Dr. Made Dian Putri Agustina, SE., M.Si



Penulis menyelesaikan pendidikan S1 bidang studi ekonomi pembangunan di Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana tahun 2008. Penulis menyelesaikan pendidikan S2, Magister Ilmu Ekonomi di Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana tahun 2011 dan mendapatkan gelar Doktor Ilmu Ekonomi pada tahun 2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana. Saat ini penulis aktif sebagai Dosen Tetap pada Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia. Selain mengajar program sarjana dan magister di Universitas Hindu Indonesia, penulis juga mengajar di beberapa kampus lain di Bali.

Lukmanul Hakim Aziz, S.E.I., M.M.



Penulis lahir di Depok, Jawa Barat. Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) diperolehnya di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Selanjutnya penulis melanjutkan studi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta dan mendapat gelar Magister Manajemen (M.M) pada tahun 2016 dengan konsentrasi di bidang Manajemen Keuangan. Sekarang penulis menjadi salah satu dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Selama ini penulis aktif dalam tulisan modul, jurnal maupun penelitian. Disamping itu penulis juga pernah menjadi praktisi di bidang Perbankan dan Retail Bisnis.

KHAERANA, S.E., M.M



Penulis lahir di Wotu-Luwu Timur, 22 Oktober 1977, sebagai Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Andi Djemma Palopo sejak Tahun 2015 hingga sekarang. Selain itu, penulis juga aktif di berbagai Organisasi Sosial, antara lain: Jaringan Demokrasi Indonesia (JaDI) Sulsel, Yayasan Bumi Sawerigading Palopo, POSPERA Kota Palopo, Komunitas Pecinta

Sedekah (KPS) Kota Palopo. Pendidikan S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Andi Djemma Palopo, Pendidikan S-2 pada Program Studi Magister Manajemen di Universitas Muslim Indonesia (UMI). Mengampu Mata Kuliah: Pengantar Bisnis, Etika Bisnis, Manajemen Sumber Daya Manusia, Perilaku Organisasi, Teori dan Desain Organisasi.

Dr. Nandang Ihwanudin, S.Ag., M.E.Sy.



Penulis adalah dosen tetap Program Study Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Bandung (UNISBA); Scopus ID 57216502183. Pendidikan: SMA di SMAN 1 Garut; S1 jurusan Tafsir-Hadits (1998); S2 Prodi Ekonomi Islam (2012), dan S3 prodi Hukum Islam dengan kekhususan Hukum Ekonomi Syariah (2017) di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. email: nandangihwanudin_mes@unisba.ac.id, Nomor HP

081320117071.

Elly Astuti, S.Pd, M.Si



Penulis merupakan dosen Universitas PGRI Madiun pada Program Studi Pendidikan Akuntansi. Beberapa mata kuliah yang biasa diampu adalah Analisis Laporan Keuangan, *Auditing*, Standar Akuntansi, Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Mikro serta Akuntansi Pemerintahan. Dalam setiap aspek mata kuliah tersebut ada topik etika profesi yang harus dipatuhi dalam melaksanakan praktiknya. Penulis menyelesaikan pendidikan S1-nya di IKIP PGRI Madiun, Program Studi Pendidikan Akuntansi pada tahun 2011. Pada tahun 2014 menyelesaikan pendidikan S2 di Universitas Sebelas Maret Program Studi Magister Akuntansi. Pada Akhir tahun 2019 penulis menyelesaikan Pendidikan Profesi Akuntansi pada Universitas Gadjah Mada.

Irwan Moridu, SE., MM



Penulis lahir pada tahun 1987 di Luwuk, Kabupaten Banggai, Sulawesi Tengah adalah dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Luwuk. Menamatkan Pendidikan Sarjana Pada Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Luwuk tahun 2012 dan Program Magister Universitas Muslim Indonesia Makassar pada tahun 2015. Penulis pernah 2 kali mendapatkan hibah dari penelitian dosen pemula yang didanai oleh Kemenristek Dikti yaitu tahun 2017 dan 2018, serta hibah Pengabdian Kepada Masyarakat pada tahun 2019.

Elsye Rumondang Damanik, S.E., M.Si



Penulis menyelesaikan studi magister di Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Mengampu mata kuliah dalam area komunikasi, pemasaran, hubungan masyarakat. Menjadi praktisi selama lebih dari satu dekade sebelum memasuki dunia akademisi pada 2009. Bekal pengalaman sebagai praktisi kerap dijadikan contoh praktis untuk mendukung teori dan konsep yang disampaikan di ruang kuliah.

Titus Kristanto, S.Kom, M.Kom



Penulis merupakan dosen tetap program studi Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) di Institut Teknologi Telkom Surabaya (ITTS). Penulis dilahirkan di Kota Surabaya tanggal 10 Februari 1986. Penulis awal sekolah di SDN Tandes Lor I/109 Surabaya, lalu di SMPN 33 Surabaya, dilanjutkan di SMA Ta'miriyah Surabaya. Pendidikan tinggi awal mula ditempuh pada Program Diploma 1 Sistem Informasi Universitas Airlangga, lanjut kuliah Diploma 3 Sistem Informasi Universitas Airlangga. Pendidikan S1 ditempuh pada Teknik Informatika Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan

dilanjutkan kuliah S2 di Teknik Informatika (Bidang Minat: Sistem Informasi) Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Rudy Irwansyah, S.P., M.M.



Penulis Lahir di R. Sialang, pada 25 Maret 1980. Menempuh pendidikan SD sampai SMA di kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Kemudian, ia hijrah ke kota hujan untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana (S1) pada tahun 1999 sampai dengan 2004, di Fakultas Pertanian, Jurusan Ilmu Tanah, di Institut Pertanian Bogor (IPB), Jawa Barat. Melanjutkan pendidikan S2 di Magister Manajemen (MM), pada Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta pada tahun 2008. Memulai karier staf pengajar sejak duduk di bangku kuliah sebagai asisten dosen untuk beberapa mata kuliah. Kemudian kembali ke Medan, dan memulai menjadi staf pengajar (dosen), sejak tahun 2010 di pulau Sumatera Utara. Ia juga memiliki pengalaman kerja di bidang konsultan (pendidikan dan pertanian). juga bidang ritel supermarket sejak 2005. Saat ini ia aktif menjadi staf pengajar di Fakultas Ekonomi STIE Muhammadiyah Asahan dan juga di STIM Sukma Medan, Sumatera Utara. Ia mengampu mata kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), Studi kelayakan Bisnis, Manajemen Pemasaran, Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank, serta Manajemen Resiko. Selain mengajar ia juga aktif di beberapa organisasi profesi. Aktif untuk menerbitkan artikel ilmiah di beberapa jurnal ilmiah hasil dari penelitian mandiri, maupun penelitian dengan dana sponsor, salah satunya sumber dana penelitian dari Kemenristek Dikti, melalui program Hibah Dikti.

Dedeh Afifah, S.Pd., M.M



Penulis lahir pada tanggal 22 November 1979 di kota kecil di daerah Pematang Jawa Tengah. Hidup dalam didikan orang tua yang cukup tegas dari orang Tua Alm. KH Abdul Hadi dan Ibu Hj. Mimin Siti Aminah. Menikmati Pendidikan Dasar di SDN 11 Pagi Jakarta, SMPN 138 Jakarta dan SMUN 44 Jakarta. Melanjutkan

Kuliah di Universitas Negeri Jakarta dengan Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran dan dinobatkan sebagai wisudawan terbaik, S2 di Universitas Suryadarma dengan Konsentrasi Program Manajemen SDM. Menjalani profesi sebagai pendidik sejak tahun 2004. Saat ini menjadi pengajar di Univeritas Islam 45, Universitas Dian Nusantara dan di SMK karya Guna Bhakti 2 kota Bekasi.

Nuhbatul Basyariah, S.E.I.,M.Sc.



Penulis lahir di Ngawi, 24 Februari 1984, telah menyelesaikan pendidikan setingkat SD (MIM) sampai dengan setingkat SMA (MAN) di Ngawi, meskipun tidak secara langsung, Alhamdulillah bisa melanjutkan studi S1 di STEI Hamfara Yogyakarta sebagai alumni angkatan pertama pada tahun 2010. Setelah lulus memutuskan untuk bergabung mengabdikan diri di STEI Hamfara sebagai tenaga kependidikan, Alhamdulillah tahun berikutnya bisa mendapatkan beasiswa studi lanjut S2 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM dari program beasiswa dosen dan tenaga pendidikan Diktis kemenag tahun 2011/2012. Memulai menjadi tenaga pengajar sejak masih masa akhir studi S2 dengan status asisten dosen senior, selanjutnya diangkat menjadi dosen tetap di STEI Hamfara sejak menyelesaikan studi S2 di UGM. Masuk menjadi tim pengajar di program Studi Perbankan Syariah, dengan amanah mengajar beberapa matakuliah keahlian maupun umum di antaranya: Manajemen Resiko Bank Syariah, Praktek Bank Mini, Ekonomi Moneter, Perekonomian Indonesia, Perdagangan Internasional, Matematika Ekonomi, dan lainnya. Saat ini sedang menyelesaikan studi S3 di UIN SUKA Yogyakarta dengan konsentrasi Ekonomi Islam, Alhamdulillah. Email: nuhbah.hamfara@gmail.com

ETIKA BISNIS

Dalam dunia bisnis, etika sangat diperlukan untuk mengelola dan menjalankan sebuah bisnis. Dengan etika yang baik, secara otomatis bisnis akan lebih mudah berkembang. Etika yang diterapkan di dalam suatu perusahaan akan membantu membentuk nilai, norma serta perilaku karyawan dan pemimpinnya. Tentunya, setiap perusahaan meyakini bahwa prinsip menjalankan bisnis yang baik adalah prinsip beretika. Oleh karena itu, etika tersebut dapat dijadikan sebagai standar atau pedoman bagi semua karyawan di dalam perusahaan untuk menjadikannya sebagai pedoman dalam bekerja. Berikut penjelasan lengkap etika bisnis.

Secara normatif, etika bisnis adalah suatu ajaran untuk membedakan antara salah dan benar. Hal tersebut dapat memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan masalah moral yang kompleks.

Selanjutnya pengertian etika bisnis dalam kotak keilmuan adalah sebuah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi dan perilaku bisnis.