

Editor:
Mieke Aprilia Utami, S.H., M.Kn.
Dr. H. Dedi Sudrajat, S.P., M.M.



ETIKA BISNIS

● Teori, Praktik, dan Implementasi dalam Dunia Modern

Tim Penulis:

Firdaus Abdul Aziz, Marlina Rahma, I Gusti Putu Gede Widiara,
Helda Jaya Puspita, Rohman Agus Jatnika, Nining Latianingsih,
Susi Susanti Sitindaon, Son Haji, Hardi Fardiansyah, Ayi Muhiban,
Iis Mariam, Sarip Hidayat, Saleh Purnama, Encep Sopandi

ETIKA BISNIS

Teori, Praktik, dan Implementasi dalam Dunia Modern

Tim Penulis:

**Firdaus Abdul Aziz, Marlina Rahma, I Gusti Putu Gede Widiana,
Helda Jaya Puspita, Rohman Agus Jatnika, Nining Latianingsih,
Susi Susanti Sitindaon, Son Haji, Hardi Fardiansyah, Ayi Muhiban,
Iis Mariam, Sarip Hidayat, Saleh Purnama, Encep Sopandi**

ETIKA BISNIS
Teori, Praktik, dan Implementasi dalam Dunia Modern

Tim Penulis:

**Firdaus Abdul Aziz, Marlina Rahma, I Gusti Putu Gede Widiana,
Helda Jaya Puspita, Rohman Agus Jatnika, Nining Latianingsih,
Susi Susanti Sitindaon, Son Haji, Hardi Fardiansyah, Ayi Muhiban,
Iis Mariam, Sarip Hidayat, Saleh Purnama, Encep Sopandi**

Desain Cover:

Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

**Mieke Aprilia Utami, S.H., M.Kn.
Dr. H. Dedi Sudrajat, S.P., M.M.**

ISBN:

978-634-246-499-1

Cetakan Pertama:

Desember, 2025

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

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

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

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

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga buku berjudul *“Etika Bisnis: Konsep, Teori, dan Implementasi dalam Dunia Modern”* ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai upaya menghadirkan pemahaman komprehensif mengenai peran penting etika dalam berbagai aspek kegiatan bisnis, baik dalam tataran teoritis maupun praktik di lapangan. Dalam era globalisasi, digitalisasi, dan persaingan bisnis yang semakin kompleks, etika menjadi fondasi yang tidak hanya menentukan arah pertumbuhan organisasi, tetapi juga memastikan keberlangsungan, kepercayaan publik, dan reputasi jangka panjang perusahaan.

Buku ini terdiri dari empat belas bab yang ditulis oleh para akademisi dan praktisi berkompeten di bidangnya. Bab pertama menguraikan konsep dasar etika dan moral yang menjadi landasan berpikir dalam memahami perilaku manusia di lingkungan sosial maupun bisnis. Pada bab kedua dibahas hakikat etika bisnis, termasuk tujuan dan prinsip-prinsip dasar yang menjadi pedoman dalam menjalankan kegiatan usaha secara bertanggung jawab. Bab ketiga memperkenalkan teori-teori etika seperti utilitarianisme, deontologi, teori keutamaan, dan relativisme moral yang memberikan kerangka analitis dalam menghadapi dilema etis. Selanjutnya, bab keempat hingga bab kesepuluh membawa pembaca pada pembahasan mendalam mengenai nilai, tanggung jawab, dan penerapan etika dalam berbagai sektor bisnis, mulai dari pengambilan keputusan, tanggung jawab sosial perusahaan, pemasaran, manajemen sumber daya manusia, keuangan, hingga kewirausahaan. Setiap bab disertai dengan contoh, ilustrasi, dan studi kasus untuk memudahkan pembaca memahami bagaimana prinsip etika diterapkan dalam situasi nyata. Pada bab kesebelas hingga bab ketiga belas, fokus pembahasan diarahkan pada tantangan etika di era modern, termasuk isu privasi data, penyalahgunaan teknologi digital, keberlanjutan lingkungan, serta perbedaan nilai moral dalam konteks bisnis global dan lintas budaya. Bab-bab ini memberikan wawasan baru tentang tantangan etis yang muncul seiring berkembangnya teknologi dan integrasi

ekonomi dunia. Bab terakhir membahas penegakan etika melalui tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*), termasuk penerapan kode etik, sistem *whistleblowing*, dan pentingnya kepemimpinan berintegritas.

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh penulis yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini, serta seluruh pihak yang membantu proses penyuntingan, penelaahan, dan penyempurnaan naskah. Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi penting bagi mahasiswa, dosen, peneliti, pelaku bisnis, maupun masyarakat umum yang ingin memahami pentingnya etika dalam membangun bisnis yang profesional, jujur, dan berkelanjutan. Akhir kata, kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan dan sangat terbuka untuk berbagai saran dan kritik konstruktif demi penyempurnaan pada edisi berikutnya. Semoga buku ini memberikan manfaat dan menjadi kontribusi nyata bagi perkembangan kajian etika bisnis di Indonesia.

Bandung, Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB 1 KONSEP DASAR ETIKA DAN MORAL.....	1
A. Pengertian Etika dan Moral	1
B. Perbedaan antara Etika, Hukum, dan Agama	6
C. Nilai-Nilai Moral dalam Kehidupan Sosial	8
D. Relevansi Etika dalam Dunia Bisnis Modern	12
BAB 2 HAKIKAT ETIKA BISNIS	17
A. Definisi dan Ruang Lingkup Etika Bisnis	17
B. Tujuan Penerapan Etika dalam Kegiatan Bisnis	20
C. Prinsip-Prinsip Dasar Etika Bisnis	21
D. Peran Etika dalam Menciptakan Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan	24
BAB 3 TEORI-TEORI ETIKA DALAM BISNIS	29
A. Teori Utilitarianisme dan Penerapannya dalam Bisnis.....	30
B. Teori Deontologi (<i>Kantian Ethics</i>)	32
C. Teori Keutamaan (<i>Virtue Ethics</i>) dan Penerapannya dalam Bisnis.....	34
D. Teori Keadilan (<i>Justice Theory</i>) dan Penerapannya dalam Bisnis.....	36
E. Teori Hak (<i>Rights Theory</i>).....	38
F. Teori Etika Kepedulian (<i>Ethics of Care</i>)	40
G. Relativisme Etis dalam Konteks Global	41
BAB 4 NILAI DAN TANGGUNG JAWAB DALAM BISNIS	43
A. Nilai-Nilai Universal dalam Bisnis	44
B. Tanggung Jawab Pribadi dan Profesional Pelaku Bisnis	47
C. Tanggung Jawab Perusahaan terhadap Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholders</i>)	51
D. Hubungan antara Etika dan Tanggung Jawab Sosial.....	54

BAB 5 ETIKA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS.....	59
A. Model Pengambilan Keputusan Etis.....	59
B. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Etis	65
C. Konflik Kepentingan dalam Dunia Kerja.....	68
D. Studi Kasus Pengambilan Keputusan yang Bermoral	71
BAB 6 ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR).....	75
A. Pengertian dan Tujuan CSR	77
B. Landasan Hukum dan Moral CSR	80
C. Implementasi CSR di Indonesia dan Dunia	83
D. Dampak CSR terhadap Citra dan Keberlanjutan Bisnis	85
BAB 7 ETIKA PEMASARAN DAN PERIKLANAN.....	91
A. Etika dalam Komunikasi Pemasaran.....	91
B. Isu Etis dalam Promosi, Harga, dan Distribusi	97
C. Perlindungan Konsumen dan Kejujuran Informasi	101
D. Kasus-Kasus Pelanggaran Etika Pemasaran.....	103
BAB 8 ETIKA DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	107
A. Etika dalam Rekrutmen, Seleksi, dan Penilaian Kinerja.....	108
B. Hubungan Kerja yang Adil dan Manusiawi	110
C. Diskriminasi, Pelecehan, dan Integritas di Tempat Kerja.....	112
D. Kode Etik Profesi dalam HR dan Organisasi.....	115
BAB 9 ETIKA KEUANGAN DAN AKUNTANSI.....	119
A. Prinsip Etika dalam Pelaporan Keuangan	119
B. Transparansi, Akuntabilitas, dan Integritas Akuntan.....	132
C. Isu Etis dalam Pajak, Audit, dan <i>Insider Trading</i>	136
D. Studi Kasus Pelanggaran Etika di Sektor Keuangan.....	141
BAB 10 ETIKA DALAM KEWIRAUSAHAAN	147
A. Etika dan Tanggung Jawab Wirausahawan	147
B. Dilema Etis dalam <i>Start-Up</i> dan Bisnis Kecil.....	150
C. Inovasi, Kompetisi, dan Keadilan Pasar.....	154
D. Membangun Bisnis Berlandaskan Nilai Moral	157

BAB 11 ETIKA BISNIS DI ERA DIGITAL	161
A. Isu Etika dalam <i>E-Commerce</i> dan Media Sosial	163
B. Perlindungan Data dan Privasi Konsumen	165
C. <i>Fake News</i> , Manipulasi Algoritma, dan Tanggung Jawab Platform Digital	167
D. Etika Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI) dalam Bisnis	170
BAB 12 ETIKA LINGKUNGAN DAN BISNIS BERKELANJUTAN	173
A. Prinsip <i>Green Business</i> dan <i>Sustainability</i>	174
B. Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan (<i>Corporate Environmental Responsibility/CER</i>)	176
C. Ekonomi Sirkular dan Etika Produksi Ramah Lingkungan	179
D. Praktik Bisnis Beretika untuk Masa Depan	180
BAB 13 ETIKA BISNIS GLOBAL DAN LINTAS BUDAYA	187
A. Etika dalam Perdagangan Internasional	187
B. Tantangan Etika Lintas Budaya dan Relativisme Moral	189
C. Korupsi, Suap, dan Praktik Bisnis Tidak Etis di Level Global	190
D. Etika Bisnis di Era Globalisasi dan Integrasi Ekonomi	193
BAB 14 PENEGAKAN ETIKA BISNIS DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE	197
A. Kode Etik Perusahaan dan Mekanisme Penegakannya	197
B. <i>Whistleblowing System</i> dan Perlindungan Pelapor	203
C. Etika dalam Kepemimpinan dan Tata Kelola Perusahaan	204
D. Sinergi antara Etika, Hukum, dan <i>Good Governance</i>	209
DAFTAR PUSTAKA	214
PROFIL PENULIS	224
PROFIL EDITOR	235

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hubungan Etika, Moral dan Hukum	15
Gambar 2.1. Rantai Hubungan Logis Etika Bisnis.....	27
Gambar 4.1. Hubungan Berjenjang Nilai, Etika dan Tanggung Jawab Sosial	56
Gambar 6.1. Hubungan Etika Bisnis dan CSR.....	88
Gambar 7.1. Iklan Kontroversial di Masyarakat	102
Gambar 10.1. Etika dalam Kewirausahaan	149
Gambar 10.2. Dilema Etis.....	153
Gambar 10.3. Ekonomi Modern	156
Gambar 10.4. Nilai Moral	159
Gambar 11.1. Perkembangan Teknologi Digital	162
Gambar 12.1. Diagram Venn Tiga Pilar Keberlanjutan (<i>Triple Bottom Line-TBL</i>)	183
Gambar 12.2. Skema Aliran Sumber Daya: Linear vs. Sirkular	184
Gambar 12.3. Struktur Hierarki Standar GRI 300 (<i>Environmental Disclosures</i>)	184
Gambar 13.1. Model Etika Bisnis Global dan Lintas Budaya.....	194
Gambar 14.1. Penerapan Kode Etik Perusahaan.....	202

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbedaan Etika dan Moral	2
Tabel 1.2. Contoh Penerapan Etika dan Moral	4
Tabel 1.3. Perbedaan Etika, Hukum, dan Agama	7
Tabel 1.4. Nilai-Nilai Moral Utama dalam Kehidupan Sosial.....	8
Tabel 1.5. Hubungan Nilai Moral dengan Etika Bisnis	10
Tabel 1.6. Contoh Kasus Penerapan dan Pelanggaran Etika.....	14
Tabel 7.1. Peta Pelanggaran dan Mitigasi	105
Tabel 12.1. <i>Triple Bottom Line</i> (TBL) sebagai Kerangka Etika dan Pengukuran.....	176
Tabel 12.2. Kerangka Pengungkapan Lingkungan Berdasarkan GRI 300 <i>Series</i>	178
Tabel 12.3. Perbandingan Model Ekonomi: Linear vs. Sirkular dan Tinjauan Etis	180
Tabel 12.4. Dampak Temporal Sertifikasi B-Corp.....	182



KONSEP DASAR ETIKA DAN MORAL

A. PENGERTIAN ETIKA DAN MORAL

Etika dan moral adalah dua konsep yang saling berkaitan dan menjadi dasar bagi manusia dalam menilai serta mengatur perilaku. Keduanya berhubungan dengan konsep baik dan buruk, benar dan salah, namun memiliki pendekatan yang berbeda dalam penerapannya. Etika bersifat lebih reflektif dan teoritis, artinya etika berfokus pada pemikiran kritis untuk memahami prinsip-prinsip yang mendasari tindakan manusia, sehingga membantu menilai apakah suatu tindakan itu sesuai dengan nilai-nilai universal atau logis. Sementara itu, moral lebih bersifat praktis dan operasional, karena moral mengatur perilaku sehari-hari yang didasarkan pada norma sosial, kebiasaan, dan ajaran agama yang berlaku dalam masyarakat. Pemahaman yang baik tentang etika dan moral sangat penting karena keduanya membentuk dasar bagi perilaku yang bertanggung jawab. Dengan etika, seseorang dapat berpikir secara kritis dan menentukan prinsip-prinsip yang benar, sedangkan dengan moral, prinsip-prinsip tersebut diterapkan dalam tindakan nyata sehari-hari. Kombinasi antara refleksi etis dan praktik moral memungkinkan individu hidup secara harmonis dengan diri sendiri maupun dengan orang lain di lingkungannya.

Secara etimologis, kata etika berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang berarti karakter, watak, atau kebiasaan hidup seseorang. Etika bukan sekadar aturan atau perilaku yang dilakukan, melainkan merupakan cabang filsafat yang membahas nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi dasar bagi perilaku



HAKIKAT ETIKA BISNIS

A. DEFINISI DAN RUANG LINGKUP ETIKA BISNIS

Etika bisnis merupakan cabang dari etika terapan yang mempelajari prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang seharusnya menjadi pedoman dalam kegiatan bisnis. Secara umum, etika bisnis berkaitan dengan apa yang benar dan apa yang salah dalam konteks praktik bisnis, baik dalam pengambilan keputusan, interaksi antar pelaku usaha, maupun hubungan dengan masyarakat dan lingkungan. Menurut Velasquez (2012), etika bisnis adalah “studi yang mengkaji standar moral individu dan sistem moral yang berlaku dalam dunia bisnis serta penerapannya terhadap kebijakan dan perilaku bisnis.” Sementara Bertens (2011) mendefinisikan etika bisnis sebagai “refleksi kritis tentang norma dan nilai moral yang berlaku dalam kegiatan ekonomi dan bisnis.” Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis adalah seperangkat prinsip moral yang digunakan untuk mengarahkan perilaku pelaku bisnis agar bertanggung jawab, jujur, adil, dan menghargai hak-hak semua pihak yang terlibat.

Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip moral yang menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan dan perilaku di dunia bisnis. Menurut Velasquez (2012), etika bisnis mencakup beberapa unsur pokok yang saling berkaitan. Unsur pertama adalah nilai (*values*), yaitu keyakinan dasar tentang apa yang dianggap baik dan buruk dalam konteks bisnis. Kedua, norma (*norms*), yakni aturan perilaku yang disepakati secara sosial, baik tertulis maupun tidak tertulis,



TEORI-TEORI ETIKA DALAM BISNIS

Etika dalam bisnis merupakan aspek fundamental yang memengaruhi tidak hanya reputasi perusahaan, tetapi juga keberlanjutan jangka panjang dari seluruh kegiatan usaha. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, setiap keputusan yang diambil oleh perusahaan memiliki dampak yang luas, tidak hanya pada keuntungan finansial, tetapi juga terhadap masyarakat, lingkungan, dan berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya (Ferrell *et al.*, 2019). Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip etika menjadi sebuah keharusan agar kegiatan bisnis dapat dijalankan secara adil, transparan, dan bertanggung jawab, sekaligus menjaga keseimbangan antara tujuan ekonomi dan tanggung jawab sosial perusahaan. Berbagai teori etika hadir untuk memberikan landasan filosofis serta panduan praktis bagi pelaku bisnis dalam menghadapi dilema moral yang kompleks. Teori-teori ini membantu manajer menilai tindakan mana yang benar atau salah dan merumuskan strategi yang selaras dengan nilai-nilai moral. Pemahaman teori-teori etika ini bukan hanya bersifat akademis, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang signifikan. Dengan penerapan prinsip-prinsip etika yang tepat, perusahaan dapat mengurangi risiko pelanggaran hukum, meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat hubungan dengan investor, serta membangun budaya organisasi yang berintegritas (Velasquez, 2018). Dengan demikian, pembahasan mengenai teori-teori etika dalam bisnis sangat relevan sebagai dasar untuk menciptakan praktik bisnis yang



NILAI DAN TANGGUNG JAWAB DALAM BISNIS

Dalam dunia bisnis modern, keberhasilan tidak lagi diukur hanya dari keuntungan finansial, tetapi juga dari sejauh mana perusahaan menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial. Bisnis tidak dapat dipisahkan dari dimensi moral karena setiap keputusan bisnis memiliki dampak terhadap manusia, masyarakat, dan lingkungan. Oleh karena itu, pemahaman tentang nilai dan tanggung jawab dalam bisnis menjadi penting sebagai landasan bagi perilaku organisasi yang beretika dan berkelanjutan. Nilai-nilai bisnis mencakup prinsip moral seperti kejujuran, integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial yang membentuk budaya organisasi dan memandu perilaku karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan. Sementara itu, tanggung jawab bisnis (*business responsibility*) mengacu pada kewajiban moral dan sosial perusahaan untuk bertindak secara etis terhadap berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, konsumen, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan. Dalam konteks globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk menyeimbangkan antara pencapaian laba dan pemenuhan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang berorientasi pada nilai dan tanggung jawab tidak hanya memperoleh legitimasi sosial, tetapi juga membangun kepercayaan publik dan keberlanjutan jangka panjang. Oleh karena itu, penerapan nilai dan tanggung jawab dalam bisnis bukan sekadar kewajiban



ETIKA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS

A. MODEL PENGAMBILAN KEPUTUSAN ETIS

Dalam kehidupan pribadi maupun profesional, individu dan organisasi sering dihadapkan pada situasi yang memerlukan pengambilan keputusan yang tidak hanya rasional, tetapi juga etis. Keputusan etis merupakan keputusan yang mempertimbangkan nilai-nilai moral, norma sosial, dan prinsip keadilan agar tindakan yang diambil tidak merugikan pihak lain serta mencerminkan integritas. Oleh karena itu, diperlukan suatu model pengambilan keputusan etis yang dapat menjadi panduan sistematis dalam menilai dan memilih tindakan yang paling tepat di antara berbagai alternatif yang ada. Model pengambilan keputusan etis membantu seseorang atau organisasi untuk menganalisis dilema moral secara terstruktur. Melalui model ini, proses pengambilan keputusan tidak hanya didasarkan pada hasil akhir (konsekuensial) atau kewajiban (deontologis), tetapi juga mempertimbangkan konteks, nilai-nilai, dan dampak terhadap para pemangku kepentingan. Dengan demikian, model ini berperan penting dalam membentuk budaya etika yang kuat di lingkungan kerja maupun masyarakat. Dalam konteks dunia modern yang kompleks dan dinamis, penerapan model pengambilan keputusan etis menjadi semakin relevan. Globalisasi, kemajuan teknologi, dan tekanan kompetitif seringkali menciptakan dilema etika baru yang menuntut kemampuan berpikir kritis, empati, dan integritas tinggi. Oleh sebab itu, memahami konsep dan penerapan model



ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR)

Etika bisnis dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan dua konsep penting yang tidak dapat dipisahkan dalam praktik bisnis modern. Etika bisnis menekankan prinsip moral dan nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh perusahaan dalam menjalankan seluruh kegiatan usahanya, sedangkan CSR menekankan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Etika bisnis berfungsi sebagai pedoman moral bagi pengambilan keputusan dan perilaku organisasi. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan integritas menjadi dasar bagi perusahaan dalam berinteraksi dengan karyawan, pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Tanpa etika, bisnis berisiko menimbulkan praktik yang merugikan *stakeholder* dan reputasi perusahaan. CSR merupakan bentuk nyata dari implementasi etika bisnis dalam tindakan sosial dan lingkungan. Melalui CSR, perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan finansial semata, tetapi juga berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan pembangunan berkelanjutan. Hal ini mencerminkan kesadaran perusahaan akan tanggung jawab sosial yang melekat pada aktivitas bisnisnya.

Di Indonesia, CSR telah mendapat dasar hukum yang kuat melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Regulasi ini menegaskan bahwa perusahaan, terutama yang



ETIKA PEMASARAN DAN PERIKLANAN

Etika pemasaran dan periklanan merupakan seperangkat prinsip yang memandu perusahaan dalam menyampaikan informasi produk atau jasa kepada masyarakat secara jujur, bertanggung jawab, dan tidak menyesatkan. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, praktik pemasaran tidak hanya berfokus pada menarik perhatian konsumen, tetapi juga harus menjaga integritas dan kepercayaan publik. Oleh karena itu, setiap aktivitas promosi perlu mempertimbangkan nilai moral, seperti kejujuran dalam pesan, penghormatan terhadap hak konsumen, serta menghindari eksploitasi atau manipulasi. Etika ini menjadi sangat penting agar kegiatan pemasaran dapat berjalan secara adil, mendukung keberlanjutan bisnis, serta menciptakan hubungan jangka panjang yang sehat antara perusahaan dan konsumennya.

A. ETIKA DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN

Etika dalam komunikasi pemasaran merupakan landasan penting yang memastikan setiap pesan yang disampaikan kepada publik berlangsung secara jujur, transparan, dan bertanggung jawab. Dalam era persaingan yang semakin dinamis serta arus informasi digital yang bergerak cepat, penerapan etika menjadi kunci untuk menjaga kepercayaan konsumen dan melindungi mereka dari misinformasi maupun manipulasi. Etika tidak hanya berfungsi sebagai batas moral, tetapi juga sebagai pedoman strategis yang membantu perusahaan mempromosikan produk secara efektif tanpa mengabaikan nilai keadilan,



ETIKA DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Dalam setiap organisasi, manusia merupakan inti dari seluruh aktivitas bisnis, berperan tidak hanya sebagai penggerak operasional tetapi juga sebagai penentu arah dan keberlangsungan organisasi. Sumber Daya Manusia (SDM) bukan sekadar instrumen operasional, melainkan aset strategis yang mewujudkan nilai, etika, dan budaya organisasi. Oleh karena itu, pengelolaan SDM tidak bisa hanya bersifat administratif atau ekonomi, tetapi harus berlandaskan pada prinsip moral dan etika. *Ethical Human Resource Management* (E-HRM) menjadi landasan penting untuk membangun organisasi yang adil, harmonis, dan bermartabat, karena menempatkan manusia sebagai pusat dari semua keputusan dan kebijakan manajerial. Etika dalam manajemen SDM merupakan cabang etika bisnis yang menekankan perilaku moral individu dan organisasi dalam konteks pengelolaan tenaga kerja, termasuk kebijakan yang berkaitan dengan diskriminasi, tanggung jawab sosial perusahaan, dan tata kelola organisasi (Crane & Matten, 2019).

Dalam praktiknya, etika SDM terlihat jelas dalam proses rekrutmen, seleksi, dan penilaian kinerja. Rekrutmen yang etis menuntut keterbukaan, keadilan, dan transparansi, memastikan setiap kandidat dinilai berdasarkan kompetensi dan kemampuan, tanpa diskriminasi atau bias pribadi. Seleksi dan penilaian kinerja yang objektif dan transparan juga mencerminkan integritas organisasi dalam mengevaluasi kontribusi karyawan secara adil. Hubungan kerja yang



ETIKA KEUANGAN DAN AKUNTANSI

A. PRINSIP ETIKA DALAM PELAPORAN KEUANGAN

Pelaporan keuangan merupakan salah satu aspek krusial dalam manajemen organisasi karena informasi yang disajikan digunakan oleh berbagai pihak, termasuk investor, kreditor, regulator, dan manajemen internal, untuk mengambil keputusan yang tepat. Karena sifatnya yang strategis dan berdampak luas, pelaporan keuangan harus dilakukan secara akurat, transparan, dan bertanggung jawab. Etika dalam pelaporan keuangan menjadi landasan penting untuk menjamin integritas informasi serta mencegah praktik manipulasi atau penipuan yang dapat merugikan berbagai pihak. Prinsip etika dalam pelaporan keuangan mencakup kejujuran, objektivitas, transparansi, akuntabilitas, dan kewajaran. Kejujuran menuntut penyajian informasi yang benar tanpa menyesatkan pihak-pihak yang berkepentingan. Objektivitas menekankan pentingnya keputusan dan laporan keuangan bebas dari bias atau kepentingan pribadi. Transparansi menuntut keterbukaan informasi sehingga seluruh pihak dapat menilai kondisi keuangan secara wajar. Akuntabilitas mengharuskan pihak yang menyusun laporan bertanggung jawab atas kebenaran dan keandalan data yang disajikan.

Penerapan prinsip etika dalam pelaporan keuangan tidak hanya melindungi kepentingan *stakeholder*, tetapi juga membangun reputasi dan kredibilitas organisasi. Sebaliknya, pelanggaran etika dapat mengakibatkan kerugian finansial, sanksi hukum, serta menurunkan kepercayaan investor dan



ETIKA DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB WIRAUSAHAWAN

Etika dan tanggung jawab wirausahawan merupakan aspek fundamental yang menentukan arah, kualitas, dan keberlanjutan sebuah usaha. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan transparan, wirausahawan tidak hanya dituntut untuk mampu menciptakan inovasi dan peluang baru, tetapi juga untuk menjalankan setiap aktivitas bisnis berdasarkan nilai-nilai moral yang benar. Tuntutan masyarakat terhadap praktik usaha yang jujur, adil, dan bertanggung jawab menjadikan etika sebagai elemen penting dalam menjaga kepercayaan publik. Di sisi lain, tanggung jawab wirausahawan mencakup komitmen untuk memberikan kontribusi positif bagi konsumen, karyawan, masyarakat, serta lingkungan. Dengan memahami dan menerapkan kedua aspek ini, wirausahawan dapat membangun reputasi yang kuat sekaligus memastikan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang.

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menjaga keberlanjutan, integritas, dan kontribusi positif bagi masyarakat. Di tengah perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang cepat, wirausahawan memegang peran sentral sebagai penggerak ekonomi sekaligus agen perubahan sosial. Karena itu, etika dan tanggung jawab dalam kewirausahaan menjadi aspek fundamental untuk memastikan bahwa praktik bisnis tidak hanya memberikan nilai ekonomi, tetapi juga nilai sosial dan lingkungan. Seperti ditegaskan oleh Peter F. Drucker (2007),



ETIKA BISNIS DI ERA DIGITAL

Era digital telah membawa perubahan fundamental dalam cara perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan konsumen, dan bersaing di pasar global. Perkembangan teknologi informasi, kecerdasan buatan, *big data*, dan *platform* digital telah menciptakan peluang baru bagi pertumbuhan bisnis, inovasi produk, dan efisiensi operasional. Namun, transformasi ini juga menimbulkan tantangan etika yang kompleks, karena penggunaan teknologi modern sering kali menyentuh isu-isu sensitif seperti privasi data, keamanan siber, transparansi, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam konteks ini, etika bisnis tidak lagi hanya berfokus pada kepatuhan hukum, tetapi juga pada bagaimana perusahaan bertindak secara moral dalam menghadapi perubahan digital yang cepat dan penetratif.

Perusahaan kini memiliki akses ke informasi yang jauh lebih luas tentang pelanggan, pasar, dan pesaing. Pengelolaan data ini membawa tanggung jawab moral untuk menjaga privasi dan mencegah penyalahgunaan informasi. Etika bisnis di era digital menekankan pentingnya transparansi, keadilan, dan akuntabilitas dalam pengambilan keputusan berbasis data. Misalnya, penggunaan algoritma dan kecerdasan buatan harus memastikan keadilan, menghindari bias, dan menghormati hak individu. Praktik bisnis yang tidak etis dalam konteks digital, seperti manipulasi informasi, pelanggaran privasi, atau eksploitasi data konsumen, dapat merusak reputasi perusahaan dan menimbulkan kerugian sosial yang luas.



BAB

12

ETIKA LINGKUNGAN DAN BISNIS BERKELANJUTAN

Dalam beberapa dekade terakhir, dunia korporasi global mengalami perubahan paradigma yang signifikan, dari orientasi tunggal pada peningkatan nilai bagi pemegang saham (*shareholder primacy*) menuju pemenuhan tanggung jawab yang lebih luas kepada seluruh pemangku kepentingan. Perubahan ini dipicu oleh semakin parahnya krisis iklim, berkurangnya sumber daya alam, serta meningkatnya tuntutan publik terhadap akuntabilitas perusahaan. Etika lingkungan kemudian menjadi landasan moral penting yang tidak sekadar menekankan kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga menuntut komitmen aktif dalam menjaga kelestarian ekosistem.

Bab ini menguraikan analisis kritis dan terstruktur mengenai bagaimana etika lingkungan diintegrasikan ke dalam strategi bisnis masa kini, yang secara umum dikenal sebagai bisnis berkelanjutan. Dengan merujuk pada data dan kerangka teoretis yang diakui dalam literatur akademik bereputasi (berbasis Scopus), pembahasan mencakup landasan konseptual keberlanjutan (*Triple Bottom Line*), kerangka pengukuran dan pelaporan (*Environmental, Social, and Governance/ESG* dan *Global Reporting Initiative/GRI*), serta model operasional yang bersifat transformatif (Ekonomi Sirkular). Tujuan utamanya adalah menampilkan praktik bisnis beretika yang tidak hanya menghasilkan keuntungan, tetapi juga mendukung pembangunan berkelanjutan dalam jangka panjang.



BAB 13

ETIKA BISNIS GLOBAL DAN LINTAS BUDAYA

A. ETIKA DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Etika dalam perdagangan internasional menjadi aspek penting dalam menjalankan bisnis lintas negara, karena aktivitas ekonomi global tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan hukum, tetapi juga oleh nilai moral, standar perilaku, serta norma budaya yang berbeda di setiap negara. Perdagangan internasional merupakan aktivitas ekonomi yang melibatkan pertukaran barang, jasa, dan modal antar negara, yang tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ekonomi dan politik, tetapi juga oleh norma, nilai, dan standar etika yang berlaku di berbagai budaya. Etika dalam perdagangan internasional didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral dan standar perilaku yang mengatur jalannya bisnis di tingkat global, bertujuan agar perusahaan beroperasi secara jujur, adil, transparan, dan bertanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan, termasuk konsumen, karyawan, pemerintah, dan masyarakat global (Crane & Matten, 2016). Nilai-nilai dasar etika perdagangan internasional meliputi integritas dan kejujuran dalam transaksi lintas negara, keadilan dan kesetaraan dalam hubungan bisnis, transparansi terkait harga dan kualitas produk, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan atas dampak global dari aktivitas bisnis.

PENEGAKAN ETIKA BISNIS DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin kompleks, keberhasilan sebuah perusahaan tidak hanya diukur dari kinerja ekonomi semata, tetapi juga dari sejauh mana perusahaan menerapkan etika bisnis dan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Penegakan etika bisnis memastikan setiap keputusan perusahaan dilandasi integritas, tanggung jawab, dan transparansi, sementara GCG menjadi fondasi untuk membangun tata kelola yang baik dan hubungan harmonis dengan seluruh pemangku kepentingan. Dengan mengutamakan kedua aspek ini, perusahaan tidak hanya mampu mencegah risiko hukum dan reputasi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik, loyalitas pelanggan, dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, etika bisnis dan GCG bukan sekadar kewajiban formal, melainkan strategi penting untuk menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan dan reputasi yang solid di tengah dinamika bisnis modern.

A. KODE ETIK PERUSAHAAN DAN MEKANISME PENEGAKANNYA

Dalam dunia bisnis modern, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga harus menjalankan aktivitasnya secara etis dan bertanggung jawab. Kode etik perusahaan berfungsi sebagai pedoman yang mengatur perilaku, keputusan, dan interaksi seluruh anggota organisasi, sehingga integritas dan reputasi perusahaan dapat terjaga. Namun,

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali. (2005). *Ihya' Ulum al-Din* (Kebangkitan Ilmu-ilmu Agama). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah. (Karya asli abad ke-11)
- Aristoteles. (2009). *Etika Nikomachea*. Terj. W. D. Ross. Oxford: Oxford University Press. (Karya asli ±350 SM)
- Aristotle. (2009). *Nicomachean Ethics* (trans. D. Ross). Oxford: Oxford University Press.
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. London: Kogan Page.
- Asraf, M., et al. (2024). *Occupational Safety and Health in Modern Organizations*. Springer.
- Bentham, J. (1789). *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. London: Macmillan.
- Bertens, K. (2011). *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Binns, R. (2018). Fairness in machine learning: Lessons from political philosophy. *Proceedings of the 2018 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*. ACM.
- Boateng, H., & Okoe, A. F. (2015). Consumers' attitude towards social media advertising and their behavioural response. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 9(4), 299–312.
- Boatright, J. R. (2014). *Ethics and the Conduct of Business*. Harlow: Pearson.
- Boatright, J. R. (2019). *Ethics and the Conduct of Business*. Harlow: Pearson Education.
- Bocken, N. M. P. (2024). Circular Business Model Innovation: New Avenues and Game Changers. In *Business Model Innovation* (pp. 193–225). Springer International Publishing.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2014). *Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management* (9th ed.). Mason: Cengage Learning.

- Cortina, L. M., Magley, V. J., Williams, J. H., & Langhout, R. D. (2001). Incivility in the workplace: Incidence and impact. *Journal of Occupational Health Psychology*, 6(1), 64–80.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford: Oxford University Press.
- Crane, A., & Matten, D. (2019). *Business Ethics* (5th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Culnan, M. J., & Bies, R. J. (2003). Consumer privacy: Balancing economic and justice considerations. *Journal of Social Issues*, 59(2), 323–342.
- Customer Relationship Management (2022). Penerapan Kode Etik Perusahaan. PT Pupuk Kalimantan Timur. Retrieved from <https://www.pupukkaltim.com/id/etika-bisnis>
- Damanik, E. S. R., Mansur, F., Safelia, N., Kusumastuti, R., & Herawaty, N. (2025). Integrasi Faktor Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG) dalam strategi keberlanjutan perusahaan: Tinjauan sistematis terhadap dampak pada kinerja dan nilai organisasi. *Journal of Global Economic Research*, 2(2), 107–114.
- Darmawan, A., Oktaviani, M., Pasaribu, H. V., & Agustuslan, I. (2025). Integrasi ESG dan *Good Corporate Governance* sebagai strategi mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 404–418.
- Daromes, F. E. (2020). Peran mediasi pengungkapan lingkungan pada pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 77–101.
- De George, R. T. (2011). *Business Ethics* (7th ed.). New Jersey: Pearson.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Harlow: Pearson.
- Dharmawan, Z. (2024). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR*. Retrieved from <https://lmsspada.kemdiktisaintek.go.id/mod/forum/discuss.php?d=30610>
- Dignum, V. (2019). *Responsible Artificial Intelligence: How to Develop and Use AI in a Responsible Way*. Springer.
- Donaldson, T. (1989). *The Ethics of International Business*. Oxford: Oxford University Press.

- Donaldson, T. (1996). *Values in Tension: Ethics Away from Home*. *Harvard Business Review*, 74(5), 48–62.
- Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1999). *Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics*. Boston: Harvard Business School Press.
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. New York: Harper & Row.
- Drucker, P. F. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper Business.
- Durkheim, E. 1984. *The Division of Labor in Society*. Terj. W. D. Halls. New York: Free Press.
- Einarsen, S., Hoel, H., Zapf, D., & Cooper, C. L. (2020). *Bullying and Harassment in the Workplace: Developments in Theory, Research, and Practice* (3rd ed.). Boca Raton: CRC Press.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Faathia, N. (2023). Manajemen Corporate Social Responsibility (CSR) Perum Perhutani Jawa Barat dan Banten Pasca Covid-19. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 8(1), 43–64.
- Fadhilla, S. R. (2024). Urgensi perlindungan whistleblower terhadap fenomena pelapor menjadi tersangka dalam tindak pidana korupsi. *Rechtsnormen: Jurnal Komunikasi dan Informasi Hukum*. 1. 1–6.
- Ferrell, O. C., & Fraedrich, J. (2015). *Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases*. Boston: Cengage Learning.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2019). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases* (12th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Ferrianto, A. (2025). Telaah Teoretis Terhadap Kontribusi Ekonomi Kreatif Dalam Implementasi Ekonomi Sirkular Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(3), 1355–1365.
- Floridi, L., Cows, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., ... & Vayena, E. (2018). AI4People—An ethical framework for a good AI society: Opportunities, risks, principles, and recommendations. *Minds and Machines*, 28(4), 689–707.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.

- Freeman, R. E. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Friedman, M. (1970). The social *responsibility* of *business* is to increase its profits. *The New York Times Magazine*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>
- Gatewood, R., Feild, H., & Barrick, M. (2015). *Human Resource Selection* (8th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The circular economy-a new *sustainability* paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768.
- Rose-Ackerman, S., & Palifka, B. J. (2016). *Corruption and Government: Causes, Consequences, and Reform* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ghillyer, A. (2018). *Business Ethics* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Gilligan, C. (1982). *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Gonzales, D. M., Feenstra, P., & Argando, D. (2024). Moral anomie from Émile Durkheim's point of view. *International Journal of Ethics and Society*, 6(3), 9–16.
- Harsono, T. I. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai alternatif sumber dana penanggulangan bencana alam. *Jurnal Dialog Penanggulangan Bencana*, 11(2), 103–116.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *Jurnal Warta*, (57), 1–10.
- Hibrida Delima, Alfiansyah, Anshori, & rekan. (2025). Identifikasi bot AI dan algoritma rekomendasi sebagai “simbalisis amplifier” hoaks. *Jurnal Mahasiswa*.
- Hoel, H., & Cooper, C. L. (2000). *Destructive Conflict and Bullying at Work*. Manchester: Manchester School of Management.
- Hofstede, G. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hubbard, G. (2009). Measuring organizational performance: beyond the *triple bottom line*. *Business Strategy and the Environment*, 18(3), 177–191.

- Huriyani, N. (2025). *Aturan Hukum Corporate Social Responsibility*. Retrieved from <https://www.hukumonline.com/klinik/a/aturan-aturan-hukum-corporate-social-responsibility-lt52716870e6a0f/>
- Indicement. (2025). *Landasan Pelaksanaan Program CSR*. Retrieved from <https://www.indocement.co.id/id/responsibility/policies-programs/landasan-pelaksanaan-program-csr>
- International Labour Organization (ILO). (2016). *Ending violence and harassment in the world of work*. ILO.
- International Labour Organization (ILO). (2020). *Global Employment Trends Report 2020*. Geneva: ILO.
- International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000: Guidance on social responsibility*. ISO.
- ISO 26000, Global Reporting Initiative (GRI), UN Global Compact. Standar Internasional CSR.
- Kant, I. (1785/2002). *Groundwork of the metaphysics of morals* (M. Gregor, Trans.). Cambridge University Press. (Original work published 1785)
- Kant, I. 1998. *Critique of Pure Reason*. Diedit dan diterjemahkan oleh Paul Guyer & Allen W. Wood. Cambridge: Cambridge University Press. (Karya asli 1781)
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kaptein, M. (2015). The effectiveness of ethics programs: The role of scope, composition, and sequence. *Journal of Business Ethics*, 132, 415–431.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). New York: Pearson.
- Laczniak, G. R., & Murphy, P. E. (2019). Normative perspectives for ethical and socially responsible marketing. *Journal of Macromarketing*, 39(4), 377–392.
- Lako, A. (2011). *Etika Bisnis dan Tata Kelola Korporasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, society* (16th ed.). Harlow: Pearson.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096.

- Magnis-Suseno, F. 1991. *Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius
- Mahamboro, D. B., & Kristia, K. (2021). Sumbangan etis model bisnis ekonomi sirkular terhadap pembangunan yang berkelanjutan: eksplorasi kualitatif sistematis. *Jurnal Ledalero*, 20(2), 259–276.
<https://doi.org/10.31385/jl.v20i2.253.259-276>
- Malik, A. (2020). *Human Resource Management: Professionalism and Ethics*. New Delhi: Sage Publications.
- Martin, K. (2018). Ethical implications and accountability of algorithms. *Journal of Business Ethics*, 160(4), 835–850.
- Mayo, E. (2019). *The Human Problems of an Industrial Civilization*. London: Routledge.
- Mill, J. S. (1863). *Utilitarianism*. London: Parker.
- News. (2025). *Kewajiban Melakukan CSR Pada Perusahaan Tambang*. Retrieved from <https://siplawfirm.id/kewajiban-melakukan-csr-pada-perusahaan-tambang/?lang=id>
- Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B., & Wright, P. (2017). *Fundamentals of Human Resource Management* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2011). *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*. Paris: OECD Publishing.
- Paelman, V., Van Cauwenberge, P., & Vander Bauwhede, H. (2021). The impact of b corp certification on growth. *Sustainability*, 13(13), 7191.
<https://doi.org/10.3390/su13137191>
- Pemerintah Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Sekretariat Negara.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. Sekretariat Negara.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Prastowo, A. (2019). *Etika Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Prodi Ilmu Komunikasi (2025). *Penggunaan AI dalam komunikasi digital*. Retrieved from komunikasi.untag-sby.ac.id

- Putri, A. (2025). Kritik terhadap algoritma media sosial yang prioritaskan konten sensasional. *kumparan*.
- Rahmana, F., & Bawono, A. (2021). Sustainable development toward sustainable enterprise. *Management Science Letters*, 11, 657–668.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.9.001>
- Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice*. Cambridge: Harvard University Press.
- Risi, D., Vigneau, L., Bohn, S., & Wickert, C. (2022). *What moral values mean for corporate social responsibility*. SocietyByte. Retrieved from <https://www.societybyte.swiss/en/2022/07/12/what-moral-values-mean-for-corporate-social-responsibility/>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). New York: Pearson.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior* (18th ed.). Harlow: Pearson.
- Safitri, A., & Akbar, R. (2025). *Perlindungan hukum terhadap konsumen digital: Analisis yuridis atas e-commerce dan media sosial* [Tesis, Universitas Indonesia]. Universitas Indonesia Repository.
- Safitri, C. (2024). *Green entrepreneurship and environmental sustainability: Current trends and future directions*. *Economics Studies and Banking Journal (DEMAND)*, 1(5), 234–241.
- Sanarta, K. (2023). *Kewajiban CSR Perusahaan dalam Peraturan Perundang-undangan*. Retrieved from <https://rcs.hukumonline.com/insights/kewajiban-csr-perusahaan>
- Sapraji. (2025). *Menangkal disinformasi digital lewat kebijakan publik*. Kumparan. Retrieved from <https://kumparan.com/sapraji-official/menangkal-disinformasi-digital-lewat-kebijakan-publik-26AdhmuGUBX/1>.
- Sari, U., Rusdiantini, S., Novianti, S., & Maulidiah, M. (2025). Ekonomi Sirkular Dalam Industri Manufaktur: Strategi Untuk Mengurangi Limbah Dan Meningkatkan Efisiensi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 230–239.
<https://doi.org/10.58406/jeb.v13i2.2119>
- Schultz, H., & Yang, D. J. (1997). *Pour Your Heart Into It: How Starbucks Built a Company One Cup at a Time*. New York: Hyperion.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper & Brothers.

- Schweitzer, A. (1933). *Out of my life and thought: An autobiography*. Henry Holt and Company.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Yang, K. C., Flammini, A., & Menczer, F. (2017). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, 9(1), 4787.
- Shaw, W. H. (2017). *Business Ethics: A Textbook with Cases*. Boston: Cengage Learning.
- Shen, J., Chanda, A., D'Netto, B., & Monga, M. (2009). Managing diversity through human resource management: An international perspective and conceptual framework. *The International Journal of Human Resource Management*, 20(2), 235–251.
- Simamora, H. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sitompul, A. (2023). *10 Iklan Kontroversial di Indonesia, Melecehkan dan Tidak Sopan*. Inilah.com. Retrieved from <https://www.inilah.com/10-iklan-kontroversial-di-indonesia-melecehkan-dan-tidak-sopan/>
- Society for Human Resource Management (SHRM). (2021). *SHRM Code of Ethical and Professional Standards in Human Resource Management*. SHRM.
- Soekanto, S. 1986. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Solihin, I., & Suradi. (2018). *Pengantar Etika Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Solomon, R. C. (1992). *Ethics and Excellence: Cooperation and Integrity in Business*. Oxford: Oxford University Press.
- Solomon, R. C. (2017). *Ethics and Excellence: Cooperation and Integrity in Business*. New York: Oxford University Press.
- Stiglitz, J. E. (2018). *Globalization and Its Discontents Revisited: Anti-Globalization in the Era of Trump*. New York: W. W. Norton & Company.
- Sundari, S. (2020). Discrimination in workplace: Challenges and solutions. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 45-60.
- Suryosetiomakmur (2015). Hubungan Etika, Moral dan Hukum Retrieved from <https://suryosetiomakmur.wordpress.com/2015/03/06/pertemuan-1-etika-profesi/>

- Susanto, A. (2024). *Penilaian kinerja keberlanjutan berdasarkan GRI 300 dan 400: Studi kasus perusahaan manufaktur di Indonesia* (Skripsi, Universitas Katolik Parahyangan). Repository Universitas Katolik Parahyangan.
- Transparency International. (2023). *Corruption Perceptions Index 2023*. Berlin: Transparency International.
- Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2016). *Managing Business Ethics: Straight Talk About How to Do It Right* (6th ed.). New Jersey: Wiley.
- Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2017). *Managing Business Ethics: Straight Talk About How to Do It Right* (7th ed.). Hoboken: Wiley.
- Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2021). *Managing Business Ethics: Straight Talk About How to Do It Right* (7th ed.). New Jersey: Wiley.
- United Nations. (2015). *United Nations Global Compact: The Ten Principles*. New York: United Nations.
- UU RI. (1999). *UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 No. 42.
- Velasquez, M. G. (2012). *Business Ethics: Concepts and Cases* (7th ed.). Boston: Pearson Education.
- Velasquez, M. G. (2018). *Business Ethics: Concepts and Cases* (8th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Villela, M., Bulgacov, S., & Morgan, G. (2021). B corp certification and its impact on organizations over time. *Journal of Business Ethics*, 170(2), 343–357.
<https://doi.org/10.1007/s10551-019-04372-9>
- Voigt, P., & Von dem Bussche, A. (2017). *The EU General Data Protection Regulation (GDPR): A practical guide*. Springer.
- Wahyudi, S. (2020). *Etika CSR di Indonesia: Antara Kepatuhan dan Kepedulian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Waluyo, & Kharisma, D. B. (2023). Circular economy and food waste problems in Indonesia: Lessons from the policies of leading Countries. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2202938>
- Wilkie, W. L., & Moore, E. S. (2012). Expanding our understanding of marketing's contributions to society. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 53–73.

- World Economic Forum (WEF). (2022). *Global Risks Report 2022*. Geneva: World Economic Forum.
- Wulandari, S. (2015). *Good corporate governance* dalam perspektif etika bisnis. *Journal of Applied Business and Economics*, 1(3), 184–199.

PROFIL PENULIS

Firdaus Abdul Aziz, S.S., M.M., C.TM.



Penulis adalah seorang pendidik dan akademisi yang berdomisili di Subang, Jawa Barat. Lahir di Bandung pada 25 Juni 1980, ia merupakan alumni Pondok Modern Darussalam Gontor, lulus tahun 1999. Menempuh pendidikan di bidang sastra dan manajemen. Berpengalaman pernah menjabat sebagai kepala sekolah SMP Plus Pesantren Robithoh Ciparay 2005-2009 dan turut merintis pendirian lembaga pendidikan di Ciparay Kabupaten Bandung Aktif dan berpengalaman di Organisasi Kemasyarakatan, Muhammadiyah, KNPI, dan Remaja Mesjid. Saat ini, ia mengabdikan sebagai dosen di Universitas Sehati Indonesia, dengan fokus pada manajemen sumber daya manusia dan manajemen keuangan yang berbasis sistem nilai.

Dr. Marliana Rahma, S.ST., M.Keb., Akp., CHE., CPLM., CPSE.



Penulis lahir di Bandung pada 27 Maret 1986. Saat ini beliau menjabat sebagai Rektor Universitas Sehati Indonesia, Ketua Forum Komunikasi Dosen (FKD) Karawang, dan Pembina Ikatan Sarjana Pendidikan (ISPI) Karawang, Jawa Barat. Selain sebagai akademisi dan praktisi, Marliana juga aktif sebagai narasumber dalam kegiatan pelatihan nasional, serta sebagai penulis buku. *Motto hidup "Jangan lewatkan satu hari pun tanpa karya,"* beliau terus berkomitmen mengembangkan ilmu, menginspirasi mahasiswa, serta berkontribusi bagi peningkatan mutu Pendidikan.

I Gusti Putu Gede Widiana, S.Fil., M.A.



Penulis tertarik pada filsafat dimulai jauh sebelum kuliah pada tahun 1992 silam. Berawal dari kegemaran membaca cerita silat yang sarat nilai-nilai filosofis. Hal itu mengantarkan penulis memilih jurusan Filsafat UGM dan berhasil lulus pada tahun 2003. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang strata-2 dan berhasil menyelesaikan studi pada Prodi Agama dan Lintas Budaya UGM (CRCS) pada tahun 2007. Saat ini penulis sedang menyelesaikan studi doktoral pada Prodi Ilmu Agama UHN IGB Sugriwa Denpasar. Penulis memiliki kompetensi di bidang Filsafat dan Agama Hindu untuk meniti karier sebagai dosen profesional. Penulis aktif sebagai peneliti di bidang keahliannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Ditjen bimas Hindu. selain meneliti, penulis juga aktif menulis artikel dan *prosiding* seminar agar dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara ini.

Email penulis: gstwidiana@gmail.com

Helda Jaya Puspita, S.Pt., M.M.



Penulis adalah *staff* pengajar di Politeknik Negeri Jember, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agroindustri. Penulis lahir di Purworejo pada tahun 1994. Penulis menamatkan program S1 di Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro pada tahun 2016. Setelah itu penulis melanjutkan Pendidikan S2 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Krisnadwipayana dan lulus pada tahun 2021. Selain mengajar ia aktif dalam kegiatan tridarma lainnya diantaranya ialah penelitian dan pengabdian, Penulis juga aktif dalam mempublikasikan hasil-hasil penelitiannya dalam kegiatan seminar dan menyampaikan ilmunya dengan cara menulis buku dan jurnal.

Rohman Agus Jatnika, S.T., M.M.



Penulis lahir di Bandung Provinsi Jawa Barat sebagai dosen MSDM Universitas Teknologi Bandung, lulusan Sarjana pada Sekolah Tinggi Teknologi Bandung yang sekarang menjadi Universitas Teknologi Bandung dan Magister Manajemen pada Universitas Pasundan Bandung. Penulis telah mengajar selama 8 tahun untuk Mata Kuliah Pengantar Teknik Industri, Perilaku

Organisasi, Perencanaan Manajemen dan Organisasi Industri, Hubungan Antar Manusia dan Psikologi Industri, Personel Development, Professional Development, Kewirausahaan, Manajemen Kewirausahaan dan Kesehatan dan Keselamatan Kerja, di Universitas Teknologi Bandung, Bisnis Inovasi Perusahaan, Analisis dan Riset Pasar, Pengembangan Produk dan Jasa, *Project Planning*, *Technopreneur* di Universitas Sangga Buana, dan Ekonomi Manajerial, Hukum Bisnis, Riset Operasi dan Sistem Informasi Manajemen, Prilaku Organisasi, Manajemen Pengetahuan serta Karya Ilmiah di Universitas Terbuka. Disamping sebagai Dosen, penulis juga bekerja sebagai Aparatur Sipil Negara, Analis Perdagangan Ahli Muda, Ketua Tim Distribusi Barang Penting pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung. Saat ini penulis telah menyusun buku berjudul ekonomi digital & inovasi data sebagai penulis pertama pada tahun 2024, dan memiliki Jabatan Fungsional Asisten Ahli dengan pangkat Penata Muda TK I. Penulis mendapatkan dana hibah penelitian dosen pemula aktif di berbagai asosiasi seperti Pembina PIMBI, Pembina ASIKMI, Anggota FKD, Anggota IDI. Penulis sudah mulai menulis karya ilmiah untuk Jurnal Nasional. Penulis berharap buku ini bermanfaat bagi Masyarakat dan para pembaca. Penulis dapat dihubungi di email: rohman.agus.jatnika@gmail.com.

Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H.



Penulis saat ini bekerja sebagai Dosen dan Peneliti serta pengabdian Politeknik Negeri Jakarta(1990-sekarang), mata kuliah yang diampu antara lain Mata Kuliah Hukum Bisnis, hukum asuransi, hukum ketenagakerjaan dll. Pengalaman jabatan antara lain; Sejak tahun 2020-2021 sebagai Komisaris PT Indonesia Kreatif Nusantara. Saat ini menjadi Anggota Hukum dan HAM MUI Pusat(2021-2025), Fasilitator Pusat BPOM, Sekretaris Senat PNJ, Kepala Sentra HKI PNJ, Koordinator Penelitian pada asosiasi Doktor Hukum Indonesia, Direktur *executif* IKDU Center (2014-2016), sekretaris dewan Pembina WPUI pusat (2013-sekarang), Direktur *Excecutif* PHKI tema C (2010-2011), Ka. Administrasi keuangan (aplikasi PNJ), Ketua Yayasan IKDU Indonesia Hijau (2017-sekarang), Pengawas Yayasan STIA Priatim (2016-sekarang), anggota bidang Pendidikan ISI pusat (2013-2016), Ketua Riset Pengembangan dan *Franchising* MICE Center (2008-sekarang), Pengalaman Bekerja di Perusahaan swasta bergerak dibidang Garment(1989-1990),

Menulis 40 buku lebih yang salah satunya hasil penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Peneliti dan pengabdian pada Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat PNJ, beberapa yang dihasilkan dari penelitian dan pengabdian adalah buku-buku, *draft* naskah Akademik, Sistem Informasi Desa wisata Indonesia (SIDEWINESIA), sistem Desa Yukk, sistem Pengelolaan dan pemasaran UMKM, Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/ Rekalayasa Sosial diantaranya; Model kebijakan Pengelolaan Desa wisata berbasis UMKM bersama pemerintah kabupaten Bogor, *Survey* Kebijakan Pengelolaan dan Pengolahan sampah bersama Pemkot Depok, *Survey* Kemiskinan dan penerapan kriteria Kemiskinan di Kabupaten Kutai Timur Kalimantan, Penilaian standar mutu Kegiatan kabupaten Kutai Barat Kalimantan, kajian Lembaga pelaksana Program Jaminan Kesejahteraan Sosial Dirjen jaminan sosial Departemen Sosial RI. Selain itu aktif juga dibidang Ekosistem Kewirausahaan Kampus.

Menulis artikel di beberapa Jurnal baik Nasional maupun Internasional, Mengikuti *conference* Nasional dan Internasional. Membimbing karya tulis mahasiswa (skripsi/tugas akhir) dan program Kreativitas mahasiswa tingkat

Nasional, Juri Mappres Nasional. Kemudian editor beberapa Jurnal di tingkat nasional, *reviewer* Penelitian dan Pengmas Nasional dan internal.

Terakhir kegiatan profesional yang diikuti adalah Sertifikat Kompetensi Penulisan Buku *Non Fiksi* No registrasi KOM 1446.00591.2021. lisensi K3 ahli Muda K3 Kontribusi kementerian ketenagakerjaan RI No 01727/AMK.K/VI/2019 nomor register 14982/AMK3/VI/2019-PO. Asosiasi Ahli K3 Indonesia no, P6001B0901008761. Asosiasi Profesor Doktor Hukum Indonesia No.0085.017.0817/APDHI/2017. Asesor Manajemen Mutu Pedoman BNSP. Sertifikasi Kompetensi Reg MET 000.0001105 diterbitkan BNSP. *Workplace Asesor sertifikasi Kompetensi* diterbitkan Indonesia Australia *Partnership For Skills Development* program AusAid Pemerintah Australia No. IAPSD/2005/sekre/0023.

Beberapa Penghargaan yang pernah diterima; Piagam Penghargaan Dosen Berprestasi dari DIKTI sebagai finalis dosen berprestasi tahun 2009, Piagam penghargaan dosen berprestasi tahun 2009 tingkat Politeknik Negeri Jakarta (peringkat 1), *The Women Preneur Award* 2009, diberikan sebagai penghargaan atas keuletan dan kerja kerasnya dalam mengelola bisnis dan profesinya untuk tetap eksis dalam kondisi krisis ekonomi Indonesia. Piagam Tanda Kehormatan Satyalencana Karya Satya 10, 20 dan 30 tahun, Penghargaan sebagai inspirasi dalam pengelolaan sampah” di balik manfaat sampah” pada *event* Budaya dan Cinta Lingkungan 2011 dari DAAI TV Jakarta, Penghargaan dari Bank Mandiri, sebagai Pengelola sampah Menjadi Berkah, dari Bank Mandiri. Penghargaan dari BELMAWA DIKTI sebagai Juri Mahasiswa Berprestasi Tingkat Nasional tahun 2012.

Susi Susanti Sitindaon, S.Pd., M.B.A.



Penulis adalah Dosen di Politeknik STIA LAN Bandung. Ia juga menjabat sebagai Kepala *Tax Center* dan Koordinator Laboratorium Administrasi Bisnis di institusi yang sama. Ia memperoleh gelar *Master of Business Administration* (MBA) dari Chung Yuan Christian University, Taiwan dan Sarjana Pendidikan dari Universitas Negeri Medan. Minat riset dan

pengabdianannya berfokus pada pemasaran digital, etika bisnis, dan pemberdayaan UMKM melalui adopsi teknologi.

Dr. H. Son Haji, S.Ag., M.M.



Penulis adalah akademisi, praktisi manajemen, dan penggerak sosial yang telah berkiprah di berbagai bidang strategis, meliputi pendidikan, konstruksi, media, dan organisasi profesi. Lahir di Tegal, 10 Februari 1977, ia dikenal sebagai sosok yang menjadikan ilmu, pengabdian, dan kepemimpinan sebagai fondasi dalam setiap peran yang dijalankannya.

Ia meraih gelar Doktor Ilmu Manajemen dari *Universitas Negeri Jakarta*, Magister Manajemen dari *Universitas Singaperbangsa Karawang*, serta Sarjana PAI dari *Unisma Bekasi*. Saat ini, ia merupakan Dosen Tetap Universitas Panca Sakti Bekasi, sekaligus Direktur PT. Manunggal Sinar Pratama dan PT. Sukses Harmoni Media, dengan fokus pada pengembangan manajemen, kepemimpinan, dan kewirausahaan.

Di bidang organisasi, Son Haji saat ini aktif dan memegang sejumlah posisi strategis, antara lain: Wakil Ketua Umum DPP Forum Komunikasi Dosen (FKD), Penasehat DPP Wiranusa Bangkit Nasional, Pengurus Pusat Badan Buruh dan Pekerja Pemuda Pancasila, Pengurus Pusat Ikatan Doktor Ilmu Manajemen (IKADIM), Sekretaris PW Jam'iyah HADIYU Jabodetabekapurb, Ketua BPD Himpunan Pengusaha KAHMI (Hipka) Bekasi, Presidium IKA Universitas Islam 45 Bekasi, Sekretaris Ika Universitas Singaperbangsa Karawang, Ketua BPC Gabungan Rekanan Konstruksi Indonesia (GARANSI) Kabupaten Bekasi, Ketua PDK KOSGORO 1957 Kabupaten Bekasi, dan Pengurus Majma Masjid dan Musholla Graha Asri Kabupaten Bekasi.

Melalui berbagai posisi tersebut, ia berperan sebagai pemimpin sekaligus fasilitator, yang menghubungkan berbagai pihak untuk membangun kolaborasi dan membawa perubahan nyata bagi masyarakat. Sebagai intelektual aktif, Son Haji juga produktif menulis dan berkontribusi dalam dunia akademik. Ia merupakan penulis buku *Pengambilan Keputusan dalam Kepemimpinan* serta kontributor dalam berbagai karya ilmiah dan buku manajemen, di antaranya: *Bunga Rampai Pemikiran Filsafat, Isu-Isu Kritis MSDM, Ekonomi Regional*,

Manajemen Risiko, Manajemen Proyek, Manajemen Kompensasi, Manajemen Bisnis, Ekonomi Syariah, Menembus Pasar, Kepemimpinan LKD, Pendidikan Budaya Anti Korupsi (PBAK), Perilaku Konsumen, Manajemen Perubahan, dan Manajemen Inovasi.

Dengan latar belakang akademik yang kuat, pengalaman profesional yang luas, serta komitmen tinggi terhadap pengabdian sosial, Dr. H. Son Haji, S.Ag, M.M. terus memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan, industri, dan masyarakat. Semangatnya dalam membangun kolaborasi, mengembangkan sumber daya manusia, serta menumbuhkan jiwa kepemimpinan dan kewirausahaan menjadikannya teladan inspiratif bagi generasi penerus dalam membangun bangsa yang cerdas, mandiri, dan berdaya saing.

Dr. Hardi Fardiansyah, S.E., S.H., S.I.P., M.H., M.A., M.Ec.Dev., M.I.Kom.



Penulis mempunyai latar belakang pendidikan dibidang Hukum Perdata, Keuangan & Bisnis, Tata Negara, Administrasi Publik, Manajemen & politik. Hal tersebut membuat penulis untuk mempelajari multidisiplin ilmu untuk menunjang kariernya sebagai Dosen, advokat, *trainer*, mediator, arbiter, pembicara dan Konsultan di beberapa Perusahaan BUMN,

Pemerintah Daerah maupun Perusahaan Swasta.

Pada saat ini Penulis juga berprofesi sebagai Akademisi sebagai Dosen di Universitas Sehati Indonesia (USINDO) dan merupakan Lulusan Doktor di bidang Hukum dari Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, dengan peminatan *Business Law*.

Penulis memiliki ketertarikan menulis dibidang hukum, ekonomi, administrasi dan politik serta aktif menulis buku dan beberapa karya berupa jurnal ilmiah, nasional maupun internasional dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta.

Email Penulis: hardifardiansyah.law@gmail.com

Dr. Ayi Muhiban, S.E., M.M.



Penulis lahir di kota Sukabumi pada tanggal 14 Oktober 1976. ia lulus pada tahun 2021 hingga mendapat gelar Doktor Manajemen Di universitas Pasundan. Saat ini tercatat sebagai dosen tetap untuk mata kuliah manajemen Pemasaran dan Metodologi Penelitian di Universitas Pasim. Saat ini pun dia di amanati sebagai Ketua Aspphami (Asosiasi Perusahaan Pengendalian Hama Indonesia) wilayah Jawa barat, Ketua FKG (Forum Komunikasi Dosen) wilayah Sumedang dan Direktur PT. Anugrah Nurtindo Nusantara dan Menjadi *Reviwer* Jurnal Manner di Universitas Nurtanio. Adapun Karya Buku yang telah ditulisnya sejak 2020 diantaranya:

1. Pembelajaran Berbasis Proyek ISBN: 9786238641024
2. Perilaku Konsumen Dan Gaya Hidup ISBN: 9786238744794
3. Dasar-Dasar Perpajakan Indonesia ISBN: 9786258965786
4. Kewirausahaan Untuk Pemula ISBN: 9786347048936
5. Memahami Konsep Dan Strategi *Digital Marketing* ISBN: 9786235009650
6. Keterampilan Manajerial Dalam Era Digital ISBN: 9786347151193
7. Implementasi Strategi *Digital Marketing* Pada UMKM ISBN: 9786238865086
8. Pengantar Bisnis Digital ISBN: 9786238576180
9. Manajemen Bisnis Internasional ISBN: 9786238576951
10. *Digital Marketing* ISBN: 9786239905125
11. Perubahan Perilaku Sosial Dampak Pandemi Covid 19 [Sumber Elektronis]: Dari Sudut Pandang Teknologi Informasi ISBN: 9786233620383.

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si., C.SE., C.PS., CPHRM.



Penulis lahir di Garut, 31 Januari 1965, menyelesaikan pendidikan S1 di IKIP Bandung (UPI Bandung) jurusan Administrasi Perkantoran (1987), S2 Administrasi (UI-1999) dan S3 Administrasi (UI-2014), pada tahun 1989-1990 mengikuti *fellowship* program di SACAE-Adelaide dan TAFE College of Advance Education, Adelaide-Australia, *benchmarking* mengenai pendidikan vokasi ke Thailand (2007), German (2009), Thailand (2018), Singapore (2019), MSU-Malaysia (2020-2024), China (2024). Memulai karier

tahun 1988 sebagai *Master Teacher* pada *Polytechnic Education Development Center* (PEDC) di Bandung. Sejak tahun 1992-sampai sekarang mengajar di Politeknik Negeri Jakarta (d/h Politeknik UI) pada jurusan Administrasi Niaga. Memberikan pelatihan mengenai Manajemen Pelayanan Prima, Etika Bisnis dan Protokoler, Tata Tulis Laporan, Administrasi dan Kesekretariatan, Registrasi untuk MICE baik di perusahaan maupun lembaga pendidikan. Selain itu memberikan pelatihan penyusunan kurikulum vokasi di Politeknik Kesejahteraan Sosial Bandung, Politeknik Al Islam Bandung, Politeknik Ketenagakerjaan dan Politeknik Negeri Bengkalis. Sejak tahun 2009 memberikan pelatihan PEKERTI dan *Applied Approach* di PNJ. Sampai sekarang memberikan pelatihan PEKERTI di Politeknik Negeri Lampung, Politeknik Negeri Samarinda, Politeknik Pos Bandung, Politeknik Negeri Batam, Politeknik Negeri Subang, Politeknik Negeri Banyuwangi, Politeknik Negeri Tual, Politeknik Negeri Madiun, Politeknik Negeri Sriwijaya, Universitas Pancasila, Universitas Bung Karno, APT di lingkungan Kementrian Perindustrian, dan PTS lainnya. Saat ini karya yang dihasilkan ada 17 HaKI, 12 buah buku ajar, 10 *Book Chapter* dan mendapatkan hibah penelitian (Stranas, Fundamental, Unggulan Prodi, Desentralisasi-PUPT) dengan peminatan bidang Administrasi bisnis dan organisasi, *learning organization*, *Pentahelix*, hibah pengabdian kepada masyarakat (Diseminasi/PPTG, PHKI-Tema-C, Pengmas berbasis Prodi, Pengmas berbasis Dosen/Kelompok Bidang Keahlian, dan Pengmas Internasional). Tercatat sebagai anggota untuk hibah *Matching Fund* 2024, Inovokasi 2024 serta *reviewer* penelitian nasional bersertifikat serta *reviewer* di beberapa jurnal penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di politeknik dan PTS. Pengalaman Jabatan Struktural di PNJ sebagai Ketua Prodi D3 Administrasi Bisnis, Sekretaris Program *Ekstension* D3, Ketua Jurusan Administrasi Niaga, terpilih sebagai dosen berprestasi di PNJ (tahun 1995, 2010 dan 2024). Penulis pernah terpilih sebagai dosen berprestasi peringkat kedua (1995-Politeknik UI), peringkat ketiga (2010-Politeknik Negeri Jakarta), dan peringkat kedua (2024-Politeknik Negeri Jakarta). Keanggotaan profesi saat ini aktif di Ikatan Sekretaris Indonesia sebagai Dewan Pengawas, Presidium ISI, Forum Komunikasi Dosen (FKD), Asosiasi Dosen Vokasi & Politeknik Indonesia

(AVDOPI), dan Asosiasi Dosen Pengabdian Masyarakat Indonesia. E-mail: iis.mariam@bisnis.pnj.ac.id *Mobile Phone*: 6287878640614.

Sarip Hidayat, S.E., M.M.



Penulis profesional di bidang Manajemen Pemasaran, *Retail Modern*, dan Pengembangan SDM dengan pengalaman lebih dari 28 tahun di PT Hero Supermarket/*Giant Superstore*, termasuk memimpin operasional sebagai *Store General Manager* di berbagai kota besar. Berpengalaman dalam manajemen operasional, strategi pemasaran, pelayanan pelanggan, pengelolaan tim, dan pengembangan bisnis ritel.

Aktif berkontribusi dalam dunia pendidikan vokasi dan perguruan tinggi sebagai Dosen Universitas Sehati Indonesia (USINDO) serta Kepala Biro Kerjasama & Humas USINDO. Berperan strategis dalam peningkatan hubungan industri, penempatan kerja siswa, serta kemitraan lembaga sebagai Pengalaman Staf BKK SMK 1, Ketua BKK SMKN 2, SMK Sehati Karawang dan penguji kompetensi di berbagai sekolah & telah meraih Pendanaan Program Penelitian Hibah Kemendiktisaintek Tahun 2025.

Sebagai narasumber UMKM, konsultan ritel, dan pembicara di berbagai instansi pemerintah dan sektor swasta, saya berkomitmen untuk mendukung pengembangan kualitas SDM, pertumbuhan UMKM, dan kolaborasi antar lembaga pendidikan serta industri.

Bidang Keahlian: *Retail Management • Marketing Strategy • Customer Service Excellence • Team Leadership • Business Development • Public Relations • Industry Partnership • Vocational Education • UMKM Empowerment*

Saleh Purnama, S.Pd., S.E., M.M.



Penulis merupakan akademisi dan praktisi pendidikan yang memiliki pengalaman lebih dari satu dekade di bidang pengajaran dan pengembangan manajemen. Beliau menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen di STIMA IMMI dengan konsentrasi Sumber Daya Manusia. Sebelumnya, ia meraih gelar Sarjana Pendidikan Bahasa Inggris dari STKIP

Kusumanegara dan gelar Sarjana Manajemen dari STIE Tridharma.

Karier profesionalnya dimulai sebagai guru Ilmu Pengetahuan Sosial dan pengajar Bahasa Inggris serta Kewirausahaan di beberapa sekolah SMK di Karawang. Sejak tahun 2022, ia berkiprah di dunia perguruan tinggi sebagai Dosen Program Studi Manajemen sekaligus menjabat sebagai Dekan Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial di Universitas Sehati Indonesia.

Dr. Encep Sopandi, S.Sos., M.Si.



Penulis lahir di Garut, meraih gelar sarjana Ilmu Sosial bidang Ilmu Administrasi Negara dari Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bagasasi Bandung, (Lulus 1995), kemudian melanjutkan pendidikan magisternya pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran, Bidang Kajian Utama Administrasi Bisnis (2004-2006); melanjutkan program Doktor pada Fakultas yang sama di Universitas Padjadjaran, Doktor Ilmu Administrasi/Administrasi Bisnis (2012-2017).

Penulis saat ini bekerja sebagai dosen tetap Yayasan Adi Upaya TNI AU, Universitas Nurtanio Bandung penempatan pada Program Magister Ilmu Administrasi, telah mengajar lebih dari 16 tahun (2008-Sekarang). Jabatan Akademik Dosen, Lektor Kepala. Mengampu mata kuliah, antara lain: Operasi Bisnis/Manajemen Operasi, Keuangan Bisnis, Manajemen SDM, Pemodelan Bisnis, Berpikir Sistem, Administrasi Pemerintah dan Keuangan Daerah dan Metode Penelitian Bisnis.

Penulis memiliki sejumlah publikasi ilmiah yang diterbitkan di jurnal nasional dan internasional. Karya-karya mencakup buku bidang Administrasi Bisnis dan artikel-artikel yang berkaitan dengan Ilmu Administrasi. Penulis dapat dihubungi melalui e-mail:

sopandi07@yahoo.com, encep sopandi@unnur.ac.id

PROFIL EDITOR

Mieke Aprilia Utami, S.H., M.Kn.



Editor adalah seorang akademisi dan praktisi hukum yang saat ini menjabat sebagai Koordinator Program Studi Ilmu Hukum. Ia menyelesaikan pendidikan Sarjana Hukum di Universitas Islam Indonesia (2008) dan melanjutkan studi Magister Kenotariatan di Universitas Lambung Mangkurat (2019).

Selain berkiprah sebagai dosen, ia juga aktif dalam berbagai organisasi profesi, antara lain sebagai Anggota Humas IKA UII dan Ketua DPW Forum Komunikasi Dosen (FKD) Kalimantan Selatan. Aktivitas organisasinya berfokus pada pengembangan kompetensi dosen, karya ilmiah, jejaring profesi, dan pengabdian kepada masyarakat.

Ia juga memiliki pengalaman dalam pemberdayaan UMKM melalui usaha rumahan “UMKM Mak Oja,” yang memanfaatkan potensi hasil bumi daerah menjadi produk bernilai jual. Berbagai pelatihan yang diikuti termasuk PEKERTI dan pelatihan pengembangan UMKM, memperkuat kompetensinya sebagai pendidik dan praktisi.

Dr. H. Dedi Sudrajat, S.P., M.M.



Editor kelahiran Jakarta bulan Desember 1974, setelah menamatkan Sekolah SMA-nya di SMAN 1 Karawang, kemudian melanjutkan Kuliah di IPB Bogor Program studi Manajemen Agribisnis dengan program PMDK (USMI IPB), S2 di Magister Manajemen, dan S3-nya di Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Pasundan Bandung, kini aktif sebagai

dosen di Universitas Sehati Indonesia (USINDO) Karawang. Juga aktif sebagai anggota Tim Kajian Akademisi Pengelola Penyusunan dan Pembentukan Rancangan Peraturan Daerah (Raperda) di DPRD Kab. Karawang. Selain akademisi dan praktisi juga aktif sebagai nara sumber di berbagai kegiatan dan Seminar-seminar.

Dengan *Motto* Hidup: Memaksimalkan Kebaikan-kebaikan di dunia sebagai bekal untuk bekal kehidupan di akhirat kelak.

Beliau terus berkomitmen dalam mengembangkan dan mengamalkan ilmu-ilmu dan kemampuannya khususnya kepada mahasiswa dan kepada masyarakat umumnya, untuk meningkatkan pendidikan Indonesia yang lebih baik.

ETIKA BISNIS

Teori, Praktik, dan Implementasi dalam Dunia Modern

Buku Etika Bisnis: Teori, Praktik, dan Implementasi dalam Dunia Modern menyajikan pemahaman menyeluruh mengenai pentingnya etika sebagai dasar perilaku dalam dunia bisnis. Buku ini dimulai dengan pembahasan tentang konsep etika dan moral, kemudian menjelaskan makna dan tujuan etika bisnis serta prinsip-prinsip yang membentuk praktik bisnis yang baik. Berbagai teori etika seperti utilitarianisme, deontologi, dan teori keutamaan dijabarkan untuk memberi pembaca landasan analitis dalam menghadapi dilema moral. Selanjutnya, buku ini mengulas nilai dan tanggung jawab pelaku bisnis, cara mengambil keputusan etis, serta pentingnya CSR dalam menjaga citra dan keberlanjutan perusahaan. Isu-isu etika di bidang pemasaran, manajemen SDM, keuangan, dan kewirausahaan juga dibahas dengan contoh nyata. Buku ini turut mengulas tantangan etika di era digital seperti privasi data dan penggunaan AI, serta tanggung jawab lingkungan melalui konsep bisnis berkelanjutan. Di tingkat Internasional, buku ini membahas etika lintas budaya dan isu global seperti korupsi dan suap. Pada bagian akhir, dipaparkan pentingnya penegakan etika melalui kode etik, *whistleblowing*, dan *good corporate governance*. Secara keseluruhan, buku ini menjadi panduan penting bagi siapa pun yang ingin memahami dan menerapkan etika untuk menciptakan bisnis yang profesional, bertanggung jawab, dan berintegritas.

 www.penerbitwidina.com
 @penerbitwidina
 penerbit widina
 penerbitwidina@gmail.com
 widina store
 widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
 0815-7000-699



SCANME

Bisnis

ISBN 978-634-246-499-1



9

786342

464991