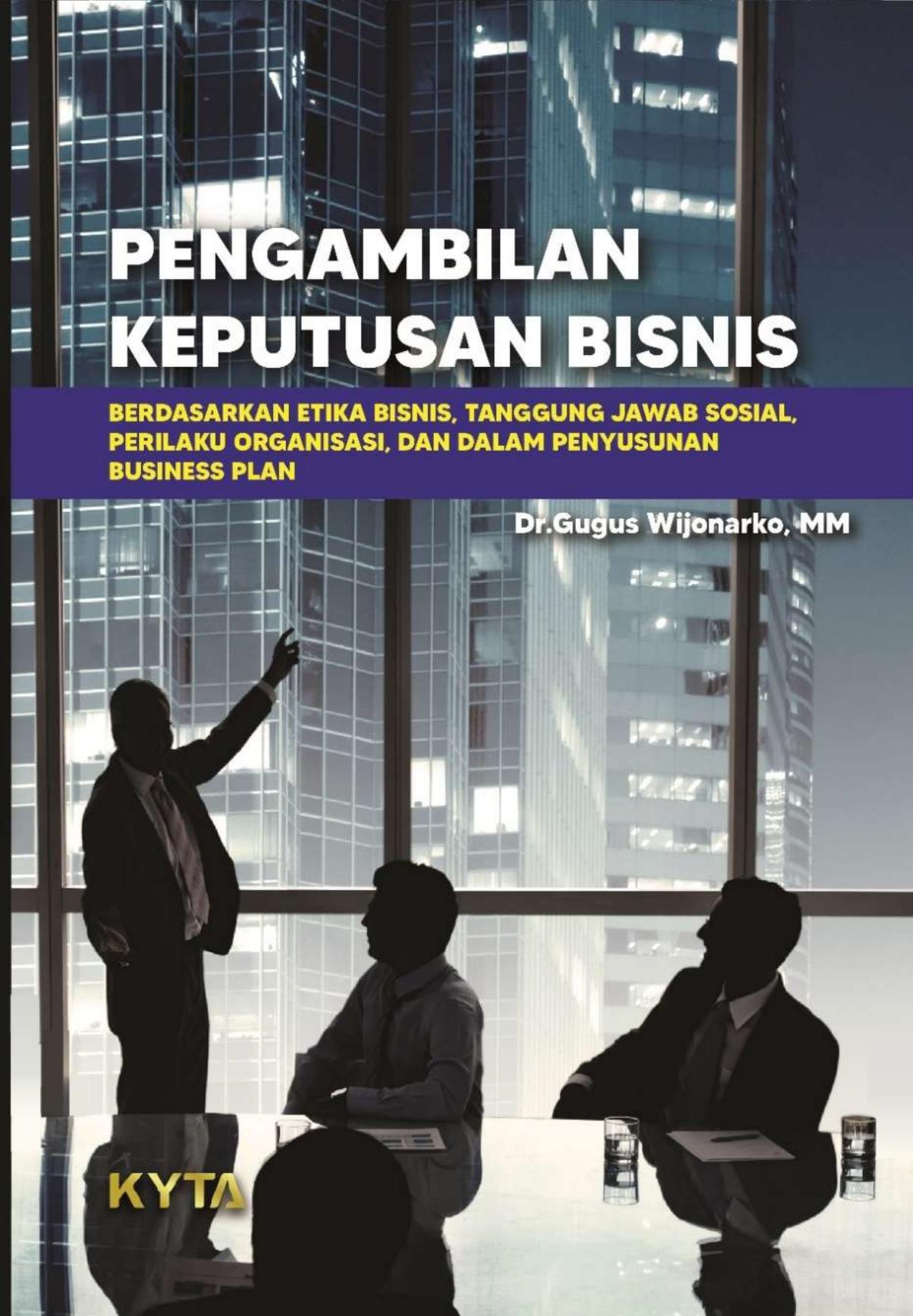


# PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS

**BERDASARKAN ETIKA BISNIS, TANGGUNG JAWAB SOSIAL,  
PERILAKU ORGANISASI, DAN DALAM PENYUSUNAN  
BUSINESS PLAN**

**Dr.Gugus Wijonarko, MM**

**KYTA**



# PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS

BERDASARKAN ETIKA BISNIS, TANGGUNG JAWAB SOSIAL,  
PERILAKU ORGANISASI, DAN DALAM PENYUSUNAN  
BUSINESS PLAN

Dr.Gugus Wijonarko, MM

**KYTA**

KYTA Jaya Mandiri

**PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS BERDASARKAN  
ETIKA BISNIS, TANGGUNG JAWAB SOSIAL, PERILAKU  
ORGANISASI, DAN DALAM PENYUSUNAN *BUSINESS PLAN***

Oleh : **Dr Gugus Wijonarko**

**Hak Cipta ©2023 pada penulis**

Editor : Handy A

Desain Cover : Elprize

Setting : Pangky

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan sistem penyimpanan lainnya tanpa izin dari penulis.

Penerbit KYTA (Anggota IKAPI), Perum Nogotirto Aden No 10 RT 21/RW 17 Nogotirto, Gamping, Sleman – Yogyakarta

**Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan**

Wijonarko, Gugus

- Ed. I – Yogyakarta, KYTA

32 - 31 - 30 - 29 - 28 - 27 - 26 - 25 - 24 - 23

Hlm vi + 62 ; 16 X 23 Cm

10 - 9 - 8 - 7 - 6 - 5 - 4 - 3 - 2 - 1

**ISBN : 978-623-396-132-5**

**E-ISBN : 978-623-396-131-8**



I. Judul

1. Manajemen

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan dengan ridho-Nya, akhirnya penulis dapat menyusun buku **Pengambilan Keputusan Bisnis : Berdasarkan Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial, Perilaku Organisasi, dan Dalam Penyusunan *Business Plan*** yang diharapkan dapat dipergunakan oleh kalangan akademisi dan praktisi. Selain itu saya berharap dengan buku ini dapat untuk menambah referensi bacaan terhadap bahasan mata kuliah Manajemen Pengambilan Keputusan serta dalam rangka memudahkan dan menambah wawasan bagi para akademisi yang sedang mendalami dan mempelajari mata kuliah Pengambilan Keputusan Bisnis. Demikian juga dengan buku ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi bagi praktisi yang sedang membutuhkan informasi dan wawasan dalam pengambilan keputusan bisnis di saat ini.

Pengambilan keputusan bisnis merupakan suatu tindakan strategis dan krusial yang dapat berdampak bagi individu atau perusahaan, karena persaingan bisnis saat ini perubahannya sangat cepat serta dipengaruhi banyak faktor, sehingga diperlukan pengambilan keputusan yang cepat dan tepat untuk menjaga kelangsung bisnis.

Diharapkan agar buku ini tidak hanya dipergunakan untuk mendukung kegiatan belajar-mengajar, akan tetapi dapat pula digunakan praktisi khususnya pebisnis maupun pemegang posisi kunci di instansi swasta maupun pemerintahan yang sedang menangani tugas dan tanggung jawab sebagai pengambil kebijakan yang strategis bahkan keputusan bisnis. Isi buku ini mudah diimplementasikan dalam kegiatan praktis,

karena tidak hanya memuat teori saja, tetapi juga memuat implementasi nyata terkait Pengambilan Keputusan Bisnis dari para ahli melalui buku ilmiah, dan forum seminar ilmiah, akan tetapi juga berdasarkan pengalaman penulis yang telah lama berkecimpung di anak perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), tepatnya di PT Pelindo daya Sejahtera, PT Berkah Multi Cargo Logistic dan PT Ambang Barito Nusapersada.

Namun demikian, penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu terbuka untuk masukan berupa kritik dan saran yang dapat membantu untuk penyempurnaan buku ini agar lebih sempurna dan dapat bersumbangsih bagi bangsa Indonesia, khususnya dalam penerapan kebijakan terkait dengan Pengambilan Keputusan Bisnis.

Demikian disampaikan dan semoga buku yang telah tersusun ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terkait.

Surabaya, November 2023

Salam

Penulis

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>BAB I. KONSEP PENGAMBILAN KEPUTUSAN</b> .....	1
I.1 Pengertian Pengambilan Keputusan .....	1
I.2 Fungsi dan Tujuan Pengambilan Keputusan .....	2
Daftar Pustaka .....	3
<b>BAB II. JENIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN</b> .....	5
II.1 Tahap Pengambilan Keputusan.....	5
II.2 Jenis-jenis Pengambilan Keputusan.....	6
II.3 Elemen-Element Pengambilan Keputusan.....	8
Daftar Pustaka .....	10
<b>BAB III. ETIKA BISNIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN</b> .....	11
III.1 Pengertian Etika Bisnis.....	11
III.2 Prinsi-prinsip Etika Bisnis.....	11
III.3 Pertimbangan Etika Bisnis dalam Pengambilan Keputusan.....	12
III.4 Etika Profesi Bisnis .....	15
III.5 Prinsip Etika Profesi .....	17
III.6 Organisasi Profesi .....	19
III.7 Kode Etik Profesi .....	20
III.8 Kode Etik di Beberapa Profesi .....	23
Daftar Pustaka .....	31
<b>BAB IV. TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN</b> .....	33
IV.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial.....	33
IV.2 Pertimbangan Tanggung Jawab Sosial dalam Pengambilan Keputusan Bisnis.....	34

IV.3 ISO 26000 : <i>Guidance Standard on Social Responsibility</i> .....	36
Daftar Pustaka .....	46
<b>BAB V. PERILAKU ORGANISASI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....</b>	<b>41</b>
V.1 Pengertian Perilaku Organisasi.....	41
V.2 Pertimbangan Perilaku Organisasi dalam Pengambilan Keputusan .....	42
V.3 Potensi Konflik di dalam Pengambilan Keputusan Bisnis .....	43
Daftar Pustaka .....	46
<b>BAB VI. PENGAMBILAN KEPUTUSAN DI DALAM PENYUSUNAN <i>BUSINESS PLAN</i>.....</b>	<b>47</b>
VI.1 Pengertian <i>Business Plan</i> .....	47
VI.2 Tujuan <i>Business Plan</i> .....	47
VI.3 Pengambilan Keputusan di dalam Penyusunan <i>Business Plan</i> .....	48
Daftar Pustaka .....	49
<b>BAB VII. KONSEP PROBABILITAS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS.....</b>	<b>51</b>
VII.1 Pengertian Probabilitas .....	51
VII.2 Probabilitas dalam Pengambilan Keputusan.....	51
Daftar Pustaka .....	55
<b>BAB VIII. FILOSOFI PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS.....</b>	<b>57</b>
VIII.1 Filosofi dan Konsep .....	57
VIII.2 Filosofi Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis.....	57
Daftar Pustaka .....	59
<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>60</b>
<b>SINOPSIS PENULIS .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Urutan Langkah Pengambilan Keputusan .....	6
Gambar 2 Elemen-elemen Pengambil Keputusan Organisasi	42



# BAB I

## KONSEP PENGAMBILAN KEPUTUSAN

### I.1 Pengertian Pengambilan Keputusan

Di dalam dunia bisnis, suatu keputusan yang diambil oleh pimpinan perusahaan merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Keputusan juga diambil oleh pemangku kebijakan di perusahaan dalam menjalankan strategi bisnis untuk menghadapi persaingan yang sangat kompetitif. Kadangkala keputusan yang diambil pimpinan perusahaan dilakukan secara sepihak maupun hasil diskusi bersama. Keputusan yang diambil oleh seorang pimpinan perusahaan haruslah mempertimbangkan dampak bagi perusahaan, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut Mardani dkk (2020), bahwa keputusan (*decision*) secara harfiah berarti pilihan (*choice*). Sedangkan menurut Anwar (2014), bahwa pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk menghadapi permasalahan secara sistematis. Haudi (2021) mendefinisikan pengambilan keputusan adalah proses melakukan penilaian dan menjatuhkan sebuah pilihan.

Proses pengambilan keputusan adalah suatu metode di dalam mengumpulkan informasi, menilai alternatif, dan menentukan pilihan akhir dengan tujuan mengambil keputusan terbaik untuk perkembangan bisnis yang sedang berjalan. Suatu pengambilan keputusan sangat berpengaruh dalam ruang lingkup bisnis yang sedang dilakukan. Pada perusahaan, orang-orang yang terlibat di dalamnya akan mempengaruhi pada apa yang akan diputuskan selanjutnya.

## **I.2 Fungsi dan Tujuan Pengambilan Keputusan**

Proses pengambilan keputusan dalam sebuah perusahaan mencerminkan suatu budaya dan ciri khas dari sebuah perusahaan. Hal ini dikarenakan budaya dan ciri khas di perusahaan juga melekat pada karakter individu dari para pengambil keputusan itu sendiri. Keputusan yang diambil dapat menjadi suatu dasar bagi kemajuan perusahaan/organisasi untuk dapat terus bersaing dan eksis di dunia bisnis

Menurut Ajefri (2017), bahwa suatu pengambilan keputusan berhubungan erat dengan sistem kepemimpinan maupun manajerial. Pemimpin yang efektif merupakan pemimpin yang mampu mengambil keputusan dan membuat kebijakan yang relevan (Syamsul, 2017). Keputusan yang diambil seorang pemimpin merupakan suatu langkah strategis untuk pengembangan organisasi/perusahaan terhadap suatu permasalahan yang dihadapi dalam rangka mempertahankan daya saing.

Pada dasarnya, secara umum tujuan dari pengambilan keputusan adalah untuk dapat memperoleh pilihan yang terbaik diantara alternatif-alternatif pilihan yang ada, agar tujuan yang ingin dicapai perusahaan/organisasi dapat dilaksanakan dengan baik. Tentunya dibutuhkan suatu pertimbangan dari berbagai aspek yang matang di dalam mengambil suatu keputusan itu sendiri, karena keputusan pada dasarnya terdiri jangka pendek maupun jangka panjang.

## Daftar Pustaka

- Ajefri, F. 2017. *Efektifitas Kepemimpinan Dalam Manajemen Berbasis Madrasah*. Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam, 7(2), 99-119
- Anwar, Herson. 2014. *Proses Pengambilan Keputusan untuk Mengembangkan Mutu Madrasah*. Nadwa : Jurnal Pendidikan Islam, 8(1), 37- 56
- Haudi 2021 *Teknik Pengambilan Keputusan*. ICM Publisher : Solok Sumatera Barat.
- Syamsul, H. 2017. *Penerapan Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kinerja Guru pada Jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP)*. Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan, 1(2)

#### **4** *Pengambilan Keputusan Bisnis*



## **BAB II**

### **JENIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN**

#### **II.1 Tahap Pengambilan Keputusan**

Di dalam pengambilan keputusan, dibutuhkan suatu tahapan agar keputusan yang diambil melewati beberapa proses berjenjang. Menurut Utami dalam Hayati, Zulvira, dan Gistituati (2021) bahwa pada umumnya pengambilan keputusan terdiri dari tiga tahapan yaitu :

- 1) Tahapan penyelidikan,  
Merupakan tahapan dalam menganalisis kondisi lingkungan yang berhubungan dengan keputusan yang diambil. Pada tahapan ini data yang ditemukan masih bersifat mentah yang kemudian diolah dan diujikan agar mengetahui permasalahan yang dihadapi.
- 2) Tahapan perancangan.  
Pada tahapan ini dilaksanakan proses pendaftaran, proses pengembangan dan proses penganalisisan tindakan yang akan dilakukan.
- 3) Tahapan pemilihan.  
Pada tahapan ini dilakukan pemilihan tindakan dari beberapa tindakan yang ada.

Dalam proses pengambilan keputusan sendiri adalah suatu usaha yang rasional dari administrator untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan pada bagian awal dari fungsi perencanaan. Prosesnya mulai dan berakhir dengan pertimbangan. Ia memerlukan kreativitas, keterampilan kuantitatif dan pengalaman. Urutan-urutan langkah-langkahnya

dari pengambilan keputusan menurut Sutisna dalam Anwar (2014) antara lain pada gambar berikut ini :



Gambar 1 Urutan Langkah Pengambilan Keputusan

Sumber : Sutisna dalam Anwar (2014)

## II.2 Jenis-jenis Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan sesuatu yang krusial dampaknya jika salah dalam mengambilnya. Untuk itu, di dalam pengambilan keputusan perlu mempertimbangkan berbagai macam aspek. Terkait dengan pengambilan keputusan, Rochety dkk (2006) membagi jenis keputusan berdasarkan sudut pandangnya, yaitu:

### 1. Keputusan Berdasarkan Tingkat Kepentingan.

Jenis keputusan ini mengacu kepada hierarki manajemen yang terdiri dari tiga tingkatan manajemen. *Pertama*, keputusan untuk menjawab tantangan dan perubahan lingkungan jangka panjang berada pada tingkat manajemen puncak yang bersifat strategis. *Kedua*, keputusan yang bersifat administrasi berada pada tingkat manajemen menengah yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya. *Ketiga*, keputusan keputusan yang menyangkut kegiatan operasional organisasi sehari-hari berada pada manajemen tingkat bawah.

Contohnya terbagi atas empat keputusan yaitu;

### 6 Pengambilan Keputusan Bisnis

*Pertama*, keputusan internal jangka pendek berhubungan dengan kegiatan rutin dan operasional seperti pembelian bahan baku, penentuan jadwal produksi.

*Kedua*, keputusan jangka panjang keputusan yang berkaitan dengan permasalahan organisasional seperti perombakan struktur organisasi atau perubahan departemen.

*Ketiga*, keputusan eksternal jangka pendek yaitu keputusan yang berkaitan dengan semua persoalan yang berdampak dengan lingkungan dengan rentang waktu yang relatif pendek seperti mencari subkontrak suatu permintaan dan,

*Keempat*, keputusan eksternal jangka panjang yaitu keputusan yang berkaitan dengan persoalan lingkungan dengan waktu yang relatif panjang seperti *merger* dengan perusahaan lain atau bersifat strategis.

## 2. Keputusan Berdasarkan Regularitas.

Keputusan ini mendasarkan pada kegiatan manajemen yang dilakukan secara terstruktur, di mana kegiatan terjadi secara berulang-ulang dan tidak terstruktur yang bukan termasuk kegiatan yang rutin terjadi. Sehingga untuk kegiatan manajemen secara terstruktur dilakukan pengambilan keputusan terprogram yaitu dengan melalui serangkaian tahap penyelesaian. Sedangkan untuk kegiatan manajemen secara tidak terstruktur, dilakukan pengambilan keputusan tidak terprogram tanpa melalui serangkaian tahap penyelesaian. Adapun keputusan berdasarkan tingkat regularitas terbagi 2 yaitu;

*Pertama*, keputusan terprogram di mana keputusan yang berkaitan dengan persoalan yang telah diketahui sebelumnya.

- Kedua*, keputusan tidak terprogram di mana keputusan yang berkaitan dengan persoalan – persoalan yang baru.
3. Keputusan Berdasarkan Lingkungan.  
Lingkungan memiliki cakupan yang lebih luas sehingga keputusan jenis ini dibedakan berdasarkan kondisi yang dialami, yaitu:
    - 1) Pengambilan keputusan dalam kondisi pasti;
    - 2) Pengambilan keputusan dalam kondisi berisiko;
    - 3) Pengambilan keputusan dalam kondisi tidak pasti;
    - 4) Pengambilan keputusan dalam kondisi konflik.

### **II.3 Elemen-elemen Pengambilan Keputusan**

Berikut ini merupakan elemen-elemen di dalam pengambilan keputusan :

#### **1. Menetapkan Tujuan**

Keputusan pada tingkat individu yang tujuannya ditentukan oleh masing-masing orang sesuai dengan sistem nilai seseorang. Sedangkan pada tingkat kelompok dan organisasi, tujuan ditentukan oleh pusat kekuasaan melalui diskusi kelompok, konsensus bersama, pembentukan koalisi dan berbagai macam proses yang mempengaruhi.

#### **2. Mengidentifikasi Permasalahan**

Jika penyebab timbulnya permasalahan tidak dapat diidentifikasi dengan tepat, maka permasalahan yang ada tidak dapat diselesaikan dengan baik. Ada tiga kesalahan yang sering terjadi dalam mengidentifikasi permasalahan, yaitu;

- a) Mengabaikan permasalahan yang ada,
- b) Pemusatan perhatian pada gejala dan bukan pada penyebab permasalahan yang sebenarnya, serta

c) Melindungi diri karena informasi dianggap mengancam harga diri.

Tujuan identifikasi harus dibagi menurut prioritasnya. Ada tujuan yang bersifat harus atau tidak bisa ditawar, dan ada tujuan yang bersifat keinginan, di mana masih bisa ditawar.

### 3. Mengembangkan Sejumlah Alternatif

Setelah permasalahan diidentifikasi, kemudian dikembangkan serangkaian alternatif untuk menyelesaikan permasalahan. Organisasi harus mengkaji berbagai informasi baik interen maupun eksteren untuk mengembangkan serangkaian alternatif yang diharapkan dapat memecahkan permasalahan yang terjadi.

### 4. Penilaian dan Pemilihan Alternatif

Alternatif-alternatif tindakan dipertimbangkan berkaitan dengan tujuan yang ditentukan, apakah dapat memenuhi keharusan atau keinginan. Alternatif yang terbaik adalah dalam hubungannya dengan sasaran atau tujuan yang hendak dicapai. Bidang ilmu statistik dan riset operasi merupakan model yang baik untuk menilai berbagai alternatif yang telah dikembangkan.

### 5. Melaksanakan Keputusan

Betapapun baiknya suatu keputusan apabila keputusan tersebut sulit diterapkan, maka keputusan itu tidak ada artinya. Salah satu penghambat keputusan adalah dengan membuat keputusan yang berkaitan dengan tujuan yang ideal namun hanya sedikit mempertimbangkan penerapan operasionalnya.

### 6. Evaluasi dan Pengendalian

Mekanisme sistem pengendalian dan evaluasi perlu dilakukan agar apa yang diharapkan dari keputusan tersebut dapat terealisasi. Penilaian didasarkan atas sasaran dan tujuan yang

telah ditetapkan. Tujuan yang bersifat khusus dan mudah diukur dapat mempercepat pimpinan untuk menilai keberhasilan keputusan tersebut.

### **Daftar Pustaka**

- Mardani, A. D., Yani, A., & Napisah, S. 2020. *Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang*. JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 6(1), 96-104.
- Rochaety, Eti. Dkk. 2006. *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara

# **BAB III**

## **ETIKA BISNIS**

### **DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN**

#### **III.1 Pengertian Etika Bisnis**

Menurut David dalam Ernawan (2011), etika bisnis adalah aturan main prinsip dalam organisasi yang menjadi pedoman membuat keputusan dan tingkah laku. Sedangkan menurut Muslich dalam Wijonarko (2020), etika bisnis merupakan suatu pengetahuan tentang cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan normalitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penerapan norma dan normalitas ini menjunjung maksud dan tujuan kegiatan bisnis.

Etika bisnis sederhananya dapat diumpamakan melakukan kegiatan bisnis dengan menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan tujuan untuk mendapatkan profit atau keuntungan sesuai dengan etika di dalam masyarakat yaitu dengan tidak melakukan perbuatan curang yang dapat merugikan orang lain bahkan hingga tidak melanggar aturan hukum.

#### **III.2 Prinsip-prinsip Etika Bisnis**

Ada 2 prinsip di dalam etika bisnis, yaitu prinsip otonom dan prinsip kejujuran, adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

##### **a. Prinsip Otonom**

1. Manusia harus mempunyai suatu sikap dan kemampuan mengambil keputusan

2. Manusia harus sadar akan tindakannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan
- b. Prinsip Kejujuran
1. Suatu bisnis tidak akan dapat bertahan lama tanpa ada kejujuran
  2. Ada tiga pilar kejujuran dalam bisnis :
    - Jujur dalam memenuhi janji/kontrak bisnis
    - Jujur dalam penawaran produk dengan mutu dan harga yang sebanding
    - Jujur dalam hubungankerja internal di dalam perusahaan.
- c. Prinsip adil.
- Di dalam menjalankan bisnis, tidak boleh ada diskriminasi. Setiap orang harus diperlakukan sama sesuai aturan dan kriteria yang ada secara rasional, objektif, dan bertanggung jawab
- d. Saling menguntungkan / *mutual benefits*
- Bisnis yang dijalankan harus dapat menguntungkan semua pihak yang terlibat
- e. Integritas moral
- Harus tertanam dalam diri setiap pelaku bisnis/perusahaan
  - Tujuannya untuk menjaga nama baik dan reputasi diri/perusahaan di mata pihak lain

### **III.3 Pertimbangan Etika Bisnis dalam Pengambilan Keputusan Bisnis**

Salah satu sarana keberlangsungan hidup suatu perusahaan bergantung kepada bagaimana penerapan etika bisnis yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan etika bisnis yang baik biasanya akan mampu untuk bertahan lebih lama

dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki etika bisnis yang buruk.

George dalam Wijonarko (2020) menjelaskan bahwa terdapat empat macam kegiatan yang dapat dikategorikan sebagai cakupan dari etika bisnis, antara lain :

1. Penerapan prinsip-prinsip etika umum pada praktik-praktik khusus dalam bisnis.
2. Etika bisnis tidak hanya menyangkut penerapan prinsip etika pada kegiatan bisnis, tetapi merupakan “meta-etika” yang juga menyoroti apakah perilaku yang dinilai etis atau tidak secara individu dapat diterapkan pada organisasi atau perusahaan bisnis.
3. Bidang penelaahan etika bisnis menyangkut asumsi mengenai bisnis. Di mana dalam hal ini etika bisnis juga menyoroti moralitas sistem ekonomi pada umumnya serta sistem ekonomi suatu negara pada khususnya.
4. Etika bisnis juga menyangkut bidang yang biasanya sudah meluas lebih dari sekedar etika, seperti misalnya ekonomi dan teori organisasi.

Menurut Sarosa dalam Wijonarko (2020), etika bisnis adalah kunci bagi para entrepreneur yang ingin bertahan hidup atau eksis secara panjang dalam dunia bisnis. Ferrell, Fraedrich & Ferrell, (2018) menjelaskan bahwa perusahaan yang beroperasi dengan etika bisnis yang kuat akan meminimalkan risiko dalam bisnis. Sehingga risiko operasional, pemasaran, hukum, reputasi, dan lainnya dapat dikurangi dengan penerapan etika bisnis yang baik.

Terjadinya kompetisi yang ketat, serta konsumen yang semakin “rewel” sering menjadi salah satu pemicu utama yang menyebabkan perusahaan mengabaikan etika di dalam

berbisnis, serta membuat perusahaan yang berpikiran pendek dengan segala cara berupaya melakukan hal-hal yang bisa meningkatkan keuntungan perusahaan. Indikator yang dipakai oleh masyarakat dunia di dalam menilai kualitas perusahaan/organisasi adalah pandangan organisasi terhadap suatu etika. Sehingga, mau tidak mau setiap manajer di perusahaan diharuskan untuk mengikutsertakan pertimbangan etika.

Dalam setiap proses pengambilan keputusan, dibutuhkan beberapa pertimbangan penting agar keputusan tersebut sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Salah satunya pertimbangan secara etika juga menjadi unsur utama dalam pengambilan keputusan. Etika merupakan implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan manusia, yang berkaitan dengan tindakan kebaikan dan tindakan keburukan.

Adapun beberapa sikap etika yang digunakan dalam pengambilan keputusan, antara lain :

1. Sikap Integritas

Suatu sikap yang mencerminkan kejujuran, keadilan, dan konsisten dengan nilai-nilai yang dipegang teguh, serta menghindari konflik kepentingan dan tindakan yang dapat merugikan orang lain.

2. Sikap Keadilan

Suatu sikap yang memperlakukan semua pihak dengan adil dan setara, serta menghindari diskriminasi dan memilih keputusan yang memberikan manfaat yang seimbang

3. Prinsip Keberlanjutan

Suatu sikap yang memperhatikan dampak jangka panjang dari keputusan yang diambil, serta menghindari tindakan yang merugikan lingkungan dan masyarakat.

Adapun indikator yang menyatakan apakah seseorang atau perusahaan telah menjalankan etika bisnis dalam kegiatan usahanya menurut Ernawan (2011) antara lain :

1. Indikator etika bisnis menurut ekonomi  
Apabila perusahaan atau pebisnis melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.
2. Indikator etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku  
Dalam hal ini pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya
3. Indikator etika bisnis menurut hukum  
Dalam hal ini pelaku bisnis atau suatu perusahaan telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.
4. Indikator etika berdasarkan ajaran agama.  
Pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya
5. Indikator etika berdasarkan nilai budaya.  
Pelaku bisnis atau kelembagaan telah menyelenggarakan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada di sekitar operasi perusahaan, daerah dan suatu bangsa
6. Indikator etika bisnis menurut masing-masing individu.  
Apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya.

### **III.4 Etika Profesi Bisnis**

Profesi merupakan bagian dari pekerjaan, namun tidak setiap pekerjaan adalah profesi. Sebagai contoh, seorang petugas staf administrasi tidak masuk dalam golongan profesi karena untuk bekerja sebagai staf administrasi seseorang bisa berasal dari berbagai latar belakang pendidikan, pengetahuan dan pengalaman, namun tidak demikian halnya dengan akuntan, pengacara, dokter yang membutuhkan pendidikan khusus sesuai dengan bidangnya dan memiliki pengalaman kerja beberapa tahun.

Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Kepegawaian, kode etik profesi merupakan suatu pedoman sikap, tingkah laku serta perbuatan dalam melaksanakan tugas dan juga dalam kehidupan sehari-hari.

Etika profesi bisnis dibuat bukan tanpa tujuan, tapi untuk menjaga profesionalisme seseorang dalam bekerja sekaligus menjamin kesejahteraan individu dalam profesi tersebut. Di sisi lain, hal ini juga akan mencegah seseorang untuk berperilaku menyimpang di luar etika yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu, setiap orang yang sudah berkomitmen pada satu bidang pekerjaan tertentu harus berpegang teguh pada etika profesi tersebut. Hal ini nantinya tidak hanya bermanfaat bagi diri sendiri saja, tapi juga akan berdampak besar pada perkembangan organisasi atau bisnis dalam perusahaan.

Saat ini, orang yang bergerak dalam dunia bisnis sudah dianggap sebagai profesi. Hal ini wajar terjadi karena dunia bisnis mensyaratkan dan menuntut para pelaku bisnis untuk bersikap profesional terhadap bisnis yang dijalankannya

Masalahnya, persaingan bisnis yang ketat seringkali menuntut para pelaku bisnis menempuh jalan pintas yang melanggar hak dan tanggung jawabnya sebagai pelaku bisnis. Sehingga bisnis seringkali tidak dianggap sebagai profesi yang luhur. Bahkan terkesan ada jurang yang memisahkan dunia bisnis dengan etika. Maka, seorang profesional dituntut komitmen pribadi yang tinggi, serius menjalankan pekerjaannya, bertanggung jawab terhadap pekerjaannya agar tidak sampai merugikan pihak lain.

### III.5 Prinsip Etika Profesi

Menurut Keraf dalam Surajiyo (2022), adapun prinsip-prinsip etika profesi antara lain:

#### a. Tanggung jawab

Setiap orang penyandang profesi tertentu harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap profesi, hasil dan dampaknya yang ditimbulkan tersebut terdapat dua arti:

- Tanggung jawab terhadap pelaksanaan pekerjaan atau fungsinya (*by function*), artinya keputusan yang diambil dan hasil dari pekerjaan tersebut harus baik serta dapat dipertanggungjawabkan, sesuai dengan standar profesi, efisien dan efektif.
- Tanggung jawab terhadap dampak atau akibat dari tindakan dari pelaksanaan profesi (*by profession*) tersebut terhadap dirinya, rekan kerja dan profesi, organisasi/perusahaan dan masyarakat umum lainnya, serta keputusan atau hasil pekerjaan tersebut dapat memberikan manfaat dan berguna yang baik bagi dirinya atau pihak lainnya.

Prinsipnya, sebagai profesional harus berbuat yang baik (*beneficence*) dan tidak untuk berbuat sesuatu kejahatan (*non maleficence*).

b. Kebebasan.

Para profesional memiliki kebebasan dalam menjalankan profesinya tanpa merasa takut atau ragu-ragu, tetapi tetap memiliki komitmen dan bertanggung jawab dalam batas-batas aturan main yang telah ditentukan oleh kode etik sebagai standar perilaku profesional.

c. Kejujuran.

Jujur dan setia serta merasa terhormat pada profesi yang disandangnya, mengakui akan kelemahannya dan tidak menyombongkan diri, serta berupaya terus untuk mengembangkan diri dalam mencapai kesempurnaan bidang keahlian dan profesinya melalui pendidikan, pelatihan dan pengalaman.

d. Keadilan.

Dalam menjalankan profesinya, maka setiap profesional memiliki kewajiban dan tidak dibenarkan melakukan pelanggaran terhadap hak atau mengganggu milik orang lain, lembaga atau organisasi, hingga mencemarkan nama baik bangsa dan negara. Di samping itu harus menghargai hak-hak, menjaga kehormatan nama baik, martabat dan milik bagi pihak lain agar tercipta saling menghormati dan keadilan secara obyektif dalam kehidupan masyarakat.

e. Otonomi.

Dalam prinsip ini, seorang profesional memiliki kebebasan secara otonom dalam menjalankan profesinya sesuai dengan keahlian, pengetahuan dan kemampuannya, organisasi dan departemen yang dipimpinnya itu melakukan kegiatan operasional atau kerja yang terbebas dari campur tangan pihak lain. Apa pun yang dilakukannya itu adalah merupakan konsekuensi dari tanggung jawab profesi, kebebasan, otonom

merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bagi setiap profesional.

Dalam menjalankan etika profesi, setiap individu juga harus dapat menguasai beberapa keterampilan atau *skill* yang dapat mendukung terciptanya sikap kerja sesuai etika profesi. Beberapa keterampilan atau *skill* yang harus dimiliki antara lain rasa peka, sikap positif, serta percaya pada diri sendiri dan rekan kerja.

Selain itu sikap positif juga sangat diperlukan terutama saat menghadapi masalah terkait pekerjaan. Alih-alih kabur dari masalah, orang-orang positif akan berusaha menyelesaikannya secara profesional dengan tetap memegang teguh etika profesi. Keterampilan yang tak kalah penting berikutnya adalah bagaimana menanamkan rasa percaya pada diri sendiri dan juga rekan kerja di dalam perusahaan. Pasalnya, kerjasama tim akan berjalan dengan baik dan menghasilkan *output* yang maksimal apabila setiap individu saling percaya satu sama lain.

### **III.6 Organisasi Profesi**

Dalam tuntutan profesional untuk masing-masing profesi yang sangat erat hubungannya dengan kode etik, kode etik berhubungan dengan prinsip etika tertentu yang berlaku untuk suatu profesi.

Pada dasarnya, organisasi profesi memiliki empat fungsi pokok dalam kerangka peningkatan profesionalisme sebuah profesi (Surajiyo,2022) yaitu:

- a. Mengatur keanggotaan organisasi. Dalam hal ini, organisasi profesi menentukan kebijakan tentang keanggotaan, struktur organisasi, syarat-syarat keanggotaan sebuah profesi dan kemudian lebih lanjut lagi menentukan aturan-

aturan yang lebih jelas dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga.

- b. Membantu anggota untuk dapat terus membarui pengetahuannya sesuai perkembangan teknologi. Organisasi profesi melakukan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat bagi anggotanya untuk meningkatkan pengetahuan sesuai perkembangan dan tuntutan masyarakat yang membutuhkan pelayanan profesi tersebut. Organisasi profesi merupakan jembatan antara perkembangan yang terjadi di masyarakat dengan para pelaku profesi yang menjadi anggotanya.
- c. Menentukan standarisasi pelaksanaan sertifikasi profesi bagi anggotanya. Sertifikasi merupakan salah satu lambang dari sebuah profesionalisme. Dengan kepemilikan sertifikasi yang diakui secara nasional maupun internasional maka orang akan melihat tingkat profesionalisme yang tinggi dari pemegang sertifikasi tersebut. Organisasi profesi berperan dalam mengatur pelaksanaan sertifikasi profesi bagi anggotanya, termasuk mengatur syarat-syarat sertifikasi, teknis pelaksanaan sertifikasi dan sebagainya.
- d. Membuat kebijakan etika profesi yang harus diikuti oleh semua anggota. Etika profesi merupakan aturan yang diberlakukan untuk seluruh anggota organisasi profesi. Aturan tersebut menyangkut hal-hal yang boleh dilakukan maupun tidak serta pedoman keprofesionalan yang digariskan bagi sebuah profesi.
- e. Memberi sanksi bagi anggota yang melanggar etika profesi. Sanksi yang diterapkan bagi pelanggaran kode etik profesi tentunya mengikat semua anggota. Sanksinya bervariasi, tergantung jenis pelanggaran dan bisa bersifat internal

organisasi seperti misalnya *black list* atau bahkan sampai dikeluarkan dari organisasi profesi tersebut.

### **III.7 Kode Etik Profesi**

Kode etik adalah sistem norma, nilai dan aturan profesional tertulis yang secara tegas menyatakan apa yang benar dan baik dan apa yang tidak benar dan tidak baik bagi profesional yang menjadi anggota dari sebuah organisasi profesi. Kode etik menyatakan perbuatan apa yang benar atau salah, perbuatan apa yang harus dilakukan dan apa yang harus dihindari.

Tujuan kode etik adalah pelaku profesi tersebut dapat menjalankan tugas dan kewajiban serta memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pemakai jasa profesi tersebut. Adanya kode etik akan melindungi perbuatan-perbuatan yang tidak profesional. Jadi kode etik ibarat kompas yang menunjukkan arah moral bagi suatu profesi dan sekaligus juga menjamin mutu moral profesi itu di mata masyarakat.

Adapun prinsip-prinsip dasar di dalam etika profesi menurut Wahyono (2006); antara lain dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Prinsip Standar Teknis. Setiap anggota profesi harus melaksanakan jasa profesional yang relevan dengan bidang profesinya. Profesi dilakukan sesuai keahliannya dan dengan hati-hati. Anggota mempunyai kewajiban untuk melaksanakan penugasan dari penerima jasa selama penugasan tersebut sejalan dengan prinsip integritas dan obyektivitas.
- b. Prinsip Kompetensi. Setiap anggota profesi harus melaksanakan pekerjaan sesuai jasa profesionalnya dengan kehati-hatian, kompetensi dan ketekunan. Setiap anggota juga mempunyai kewajiban untuk mempertahankan pengetahuan dan ketrampilan profesional pada tingkat yang

diperlukan untuk memastikan bahwa klien atau pemberi kerja memperoleh manfaat dari jasa profesional yang kompeten berdasarkan perkembangan praktik, legislasi dan teknik yang paling mutakhir.

- c. Prinsip tanggung jawab profesi. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya sebagai profesional, setiap anggota harus senantiasa menggunakan pertimbangan moral dan profesional dalam semua kegiatan yang dilakukan. Pelaku profesi harus bertanggung jawab penuh terhadap setiap pekerjaan atau jasa profesional yang dilakukannya.
- d. Prinsip kepentingan publik. Setiap anggota berkewajiban untuk senantiasa bertindak memberikan jasa profesionalnya dalam kerangka pelayanan kepada publik, menghormati kepercayaan publik dan menunjukkan komitmen atas profesionalisme.
- e. Prinsip integritas. Pelaku profesi harus menjunjung nilai tanggung jawab profesional dengan integritas setinggi mungkin untuk memelihara dan meningkatkan kepercayaan publik yang menggunakan jasa profesionalnya.
- f. Prinsip obyektivitas. Setiap anggota harus menjaga obyektivitas dan bebas dari benturan kepentingan dalam pemenuhan kewajiban profesionalnya. Dalam hal ini, pelaku profesional harus mengesampingkan kepentingan pribadi dalam menjalankan tugas.
- g. Prinsip kerahasiaan. Setiap anggota harus menghormati kerahasiaan informasi yang diperoleh selama melakukan jasa profesional dan tidak boleh memakai atau mengungkapkan informasi tersebut tanpa persetujuan, kecuali bila ada hak atau kewajiban profesional atau hukum untuk mengungkapkannya.

- h. Prinsip perilaku profesional. Setiap anggota harus berperilaku konsisten dengan reputasi profesi yang baik dan menjauhi tindakan yang dapat mendiskreditkan profesi yang diembannya.

Kode etik profesi supaya dapat berfungsi dengan semestinya, maka biasanya: - kode etik dibuat oleh profesi itu sendiri. - Kode etik harus menjadi hasil (pengaturan diri) dari profesi. - Pelaksanaan kode etik diawasi terus-menerus. Pada umumnya kode etik akan mengandung sanksi-sanksi yang dikenakan pada pelanggar kode. Kasus-kasus pelanggaran akan dinilai dan ditindak oleh suatu 'dewan kehormatan' atau komisi yang dibentuk khusus untuk itu.

### **III.8 Kode Etik di Beberapa Profesi**

#### **Kode Etik Jurnalistik untuk Wartawan**

Adapun kode etik jurnalistik ditetapkan Dewan Pers melalui Peraturan Dewan Pers Nomor: 6/PeraturanDP/V/2008 Tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik bagi profesi wartawan Indonesia, antara lain :

1. Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.
2. Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik. Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
3. Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.

4. Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.
5. Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.
6. Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan *off the record* sesuai dengan kesepakatan.
7. Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.
8. Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.
9. Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.
10. Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

### **Kode Etik Profesi Kedokteran Indonesia**

1. Adapun Kode Etik Kedokteran Indonesia yang tergabung dalam Ikatan Dokter Indonesia, antara lain : Setiap dokter wajib menjunjung tinggi, menghayati dan mengamalkan sumpah dan atau janji dokter.

2. Seorang dokter wajib selalu melakukan pengambilan keputusan profesional secara independen, dan mempertahankan perilaku profesional dalam ukuran yang tertinggi.
3. Dalam melakukan pekerjaan kedokterannya, seorang dokter tidak boleh dipengaruhi oleh sesuatu yang mengakibatkan hilangnya kebebasan dan kemandirian profesi.
4. Seorang dokter wajib menghindarkan diri dari perbuatan yang bersifat memuji diri.
5. Tiap perbuatan atau nasihat dokter yang mungkin melemahkan daya tahan psikis maupun fisik, wajib memperoleh persetujuan pasien/keluarganya dan hanya diberikan untuk kepentingan dan kebaikan pasien tersebut.
6. Setiap dokter wajib senantiasa berhati-hati dalam mengumumkan atau menerapkan setiap penemuan teknik atau pengobatan baru yang belum diuji kebenarannya dan terhadap hal-hal yang dapat menimbulkan keresahan masyarakat.
7. Seorang dokter wajib hanya memberi surat keterangan dan pendapat yang telah diperiksa sendiri kebenarannya.
8. Seorang dokter wajib, dalam setiap praktik medisnya, memberikan pelayanan secara kompeten dengan kebebasan teknis dan moral sepenuhnya, disertai rasa kasih sayang (*compassion*) dan penghormatan atas martabat manusia.
9. Seorang dokter wajib bersikap jujur dalam berhubungan dengan pasien dan sejawatnya, dan berupaya untuk mengingatkan sejawatnya pada saat menangani pasien dia ketahui memiliki kekurangan dalam karakter atau kompetensi, atau yang melakukan penipuan atau penggelapan.

10. Seorang dokter wajib menghormati hak-hak pasien, teman sejawatnya, dan tenaga kesehatan lainnya, serta wajib menjaga kepercayaan pasien.
11. Setiap dokter wajib senantiasa mengingat kewajiban dirinya melindungi hidup makhluk insani.
12. Dalam melakukan pekerjaannya, seorang dokter wajib memperhatikan keseluruhan aspek pelayanan kesehatan (promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif ), baik fisik maupun psiko-sosial-kultural pasiennya serta berusaha menjadi pendidik dan pengabdian sejati masyarakat.
13. Setiap dokter dalam bekerjasama dengan para pejabat lintas sektoral di bidang kesehatan, bidang lainnya dan masyarakat, wajib saling menghormati.
14. Seorang dokter wajib bersikap tulus ikhlas dan mempergunakan seluruh keilmuan dan ketrampilannya untuk kepentingan pasien, yang ketika ia tidak mampu melakukan suatu pemeriksaan atau pengobatan, atas persetujuan pasien/ keluarganya, ia wajib merujuk pasien kepada dokter yang mempunyai keahlian untuk itu.
15. Setiap dokter wajib memberikan kesempatan pasiennya agar senantiasa dapat berinteraksi dengan keluarga dan penasihatnya, termasuk dalam beribadat dan atau penyelesaian masalah pribadi lainnya.
16. Setiap dokter wajib merahasiakan segala sesuatu yang diketahuinya tentang seorang pasien, bahkan juga setelah pasien itu meninggal dunia.
17. Setiap dokter wajib melakukan pertolongan darurat sebagai suatu wujud tugas perikemanusiaan, kecuali bila ia yakin ada orang lain bersedia dan mampu memberikannya.
18. Setiap dokter memperlakukan teman sejawatnya sebagaimana ia sendiri ingin diperlakukan.

19. Setiap dokter tidak boleh mengambil alih pasien dari teman sejawat, kecuali dengan persetujuan keduanya atau berdasarkan prosedur yang etis.
20. Setiap dokter wajib selalu memelihara kesehatannya, supaya dapat bekerja dengan baik.
21. Setiap dokter wajib senantiasa mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi kedokteran/ kesehatan.

### **Kode Etik Praktisi *Public Relations***

Berikut ini Kode etik IPRA (*International Public Relations Association*) yang disahkan pada tahun 2011, merupakan penegasan etika profesional dari anggota *The International Public Relations Association* dan direkomendasikan kepada praktisi *public relations* di seluruh dunia. Dalam tindakannya, praktisi *public relations* harus:

- a. Ketaatan  
Mentaati prinsip prinsip dalam Piagam PBB dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia;
- b. Integritas  
Bertindak secara jujur dengan penuh integritas setiap saat untuk menyakinkan dan mempertahankan kepercayaan mereka dengan siapa saja praktisi berhubungan;
- c. Dialog  
Berusaha membentuk moral, kultural dan intelektual untuk melakukan dialog, dan mengakui hak semua pihak yang terlibat untuk mengemukakan pendapatnya;
- d. Keterbukaan  
Berlaku Jujur dan terbuka dalam mengungkapkan nama, organisasi dan kepentingan yang diwakili;

- e. Konflik  
Menghindari konflik kepentingan dan mengungkapkan konflik tersebut kepada pihak-pihak yang terkait jika diperlukan;
- f. Kerahasiaan  
Menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan kepada mereka;
- g. Ketepatan  
Melakukan langkah-langkah yang wajar untuk meyakinkan kebenaran dan ketepatan dari semua informasi yang diberikan;
- h. Kebohongan  
Mengupayakan dengan segala cara untuk tidak menyampaikan berita yang salah atau menyesatkan, melakukan secara hati-hati untuk menghindari hal tersebut dan memperbaiki secepatnya jika ternyata terdapat kesalahan;
- i. Penipuan  
Dilarang mendapatkan informasi dengan cara menipu atau tidak jujur;
- j. Pengungkapan  
Dilarang membentuk atau menggunakan organisasi apapun sebagai suatu wahana terbuka yang sebenarnya mengandung kepentingan tersembunyi;
- k. Keuntungan  
Dilarang menjual dokumen kepada pihak ketiga salinan dokumen yang diperoleh dari pejabat publik;
- l. Remunerasi  
Dalam memberikan jasa profesional, dilarang menerima imbalan dalam bentuk apapun yang berkaitan dengan jasa dari seseorang selain dari pihak yang terkait;

- m. Pembujukan  
Dilarang baik secara langsung atau tidak langsung menawarkan atau memberikan imbalan dalam bentuk uang atau yang lain kepada pejabat pemerintah atau media, atau pihak lain yang berkepentingan;
- n. Pengaruh  
Dilarang menawarkan atau melakukan tindakan yang bertentangan dengan hukum untuk hal yang dapat mempengaruhi pejabat publik, media dan pihak lain yang berkepentingan;
- o. Persaingan  
Dilarang melakukan hal hal yang secara sengaja untuk merusak reputasi praktisi yang lain;
- p. Pemburuan  
Dilarang mengambil klien dari praktisi lain dengan cara cara yang tidak jujur;
- q. Pekerjaan  
Ketika mempekerjakan seseorang dari pejabat publik atau pesaing perlu memperhatikan aturan dan kerahasiaan yang disyaratkan oleh organisasi tersebut;
- r. Rekan sejawat  
Mengamati kode etik ini dengan sikap hormat terhadap anggota IPRA dan praktisi *public relations* di seluruh dunia.

### **Kode Etik Akuntan Profesional**

Berikut ini kode etik akuntan profesional yang disahkan pada tanggal 5 Desember 2016 dan berlaku efektif pada 1 Januari 2017 :

1. **Integritas,**  
Seorang akuntan harus bersikap lugas dan jujur dalam semua hubungan profesional dan bisnis. Harus punya objektivitas, yaitu tidak membiarkan bias, benturan kepentingan, atau pengaruh yang tidak semestinya dari pihak lain, yang dapat mengesampingkan pertimbangan profesional atau bisnis.
2. **Kompetensi**  
Seorang akuntan wajib menjaga pengetahuan dan keahlian profesional pada tingkat yang dibutuhkan untuk memastikan bahwa klien atau pemberi kerja akan menerima jasa profesional yang kompeten berdasarkan perkembangan praktik, peraturan, dan teknik mutakhir, serta bertindak sungguh-sungguh dan sesuai dengan teknik dan standar profesional yang berlaku
3. **Kerahasiaan**  
Seorang akuntan wajib menghormati kerahasiaan informasi yang diperoleh dari hasil hubungan profesional dan bisnis dengan tidak mengungkapkan informasi tersebut kepada pihak ketiga tanpa ada kewenangan yang jelas dan memadai, kecuali terdapat suatu hak atau kewajiban hukum atau profesional untuk mengungkapkannya, serta tidak menggunakan informasi tersebut untuk keuntungan pribadi akuntan profesional atau pihak ketiga.
4. **Perilaku Profesional**  
Akuntan profesional wajib mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku dan menghindari perilaku apapun yang mengurangi kepercayaan dari klien dan masyarakat kepada profesi akuntan profesional.

## Daftar Pustaka

- Ernawan,Erni R. 2011. *Business Ethics*. Alfabeta : Bandung.s
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. 2018. *Business ethics: Ethical decision making & cases*. Cengage Learning.
- Surajiyo.2022. *Prinsip-prinsip Etis Profesi Akuntan*.Seri Seminar Nasional ke-IV Universitas Tarumanegara (Serina UNTAR IV)
- Wahyono, Teguh. 2006, *Etika Komputer dan Tanggung Jawab Profesional di Bidang Teknologi Informasi*, Yogyakarta, ANDI.
- Wijonarko, Gugus. 2020. *Etika Bisnis dan Profesi (Implementasi di Era Industri 4.0)*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM) Banten



## **BAB IV**

### **TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN**

#### **IV. Pengertian Tanggung Jawab Sosial**

Tanggung jawab adalah sikap atau perilaku menganggap serius sesuatu dan bersedia menanggung segala risiko dan tindakan, termasuk dalam pengambilan keputusan. Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut Hery dalam Wijonarko (2020) adalah kewajiban perusahaan, yang melebihi kewajiban yang dituntut oleh hukum maupun pertimbangan ekonomi, untuk memenuhi berbagai sasaran jangka panjang yang berguna bagi masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan adanya suatu kepedulian dari perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas dari pada hanya sekedar kepentingan perusahaan saja. Tanggung jawab sosial perusahaan atau (*Corporate Social Responsibility/CSR*) mengacu pada kewajiban dari perusahaan untuk mempertimbangkan dan berkontribusi pada kepentingan sosial, lingkungan, dan ekonomi masyarakat di sekitarnya agar tidak terjadi gangguan dan hambatan dari masyarakat sekitar serta mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat sekitar dalam menjalankan aktivitas bisnisnya yang berlangsung sehari-hari.

## IV.2 Pertimbangan Tanggung Jawab Sosial dalam pengambilan keputusan

Pentingnya badan usaha dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan telah menyebabkan terjadinya pergeseran pemikiran bagi para investor, keuntungan bukan lagi sasaran pokok sebuah perusahaan, juga bukan “segalanya” dari sebuah perusahaan.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial memang sangat dibutuhkan bagi semua perusahaan, karena melalui pelaksanaan *corporate social responsibility* perusahaan yang benar, banyak manfaat positif yang dapat diperoleh dalam jangka panjang.

Di dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan tidak terlepas dari peran *stakeholders* dan orang-orang dalam organisasi sebagai bagian dari manusia organisasi. Pemangku kepentingan adalah hubungan berdasarkan kepentingan yang saling terkait satu sama lain. tanggung jawab sosial bagi setiap pengambilan keputusan tidak saja merupakan tindakan bijak, tetapi lebih merupakan tindakan yang berorientasi pada *sustainable development* bagi semua stakeholders. CSR sangat erat kaitannya dengan hal ini.

Pembangunan berkelanjutan, yang mensyaratkan bahwa suatu perusahaan tidak hanya mendasarkan keputusannya dalam menjalankan bisnisnya pada faktor ekonomi seperti keuntungan atau dividen, tetapi juga pada konsekuensi sosial dan lingkungan sekarang dan dalam jangka panjang.

Kotler dan Lee dalam Kartini (2013) menjelaskan enam kategori kegiatan di bidang tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

- a. Promosi kegiatan sosial (penyebab promosi) .
- b. Pemasaran kausal.
- c. Pemasaran sosial perusahaan.
- d. Pekerjaan amal perusahaan.
- e. Relawan, pekerja sosial masyarakat (*community volunteering*).
- f. Melakukan bisnis yang peduli kepada masyarakat.

Terkait manfaat tanggung jawab sosial perusahaan bagi dunia usaha, menurut Wahyuningrum (2015), manfaat tanggung jawab sosial bagi dunia usaha adalah:

1. Meningkatkan profitabilitas dan kinerja keuangan, misalnya melalui *eco-efficiency*.
2. Tetap memelihara akuntabilitas, reputasi, dan komunitas investasi.
3. Terus menjaga agar karyawan tetap loyal.
4. Mengurangi kepekaan terhadap gejolak masyarakat.
5. Tingkatkan reputasi dan bangun perusahaan

Perusahaan dapat mencapai tujuan sosial dengan memberikan bantuan bidang pendidikan, pelatihan, kesehatan, bantuan pengembangan, dan lain-lain. Meskipun perusahaan dapat mengatasi pencemaran lingkungan masyarakat dengan berfokus pada pengelolaan limbah yang ditargetkan daripada mencemari air, udara, ruang hijau, dan pertimbangan lainnya.

Permasalahan yang terjadi pada perusahaan di Indonesia terkait dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah banyak *mindset* atau pemikiran dari pelaku bisnis yang memosisikan CSR sebagai sebuah aktifitas yang akan membebani ongkos produksi. CSR belum sepenuhnya diposisikan oleh para pelaku bisnis sebagai bagian integral yang akan menentukan maju mundurnya kegiatan usaha mereka.

Adapun pengembangan 7 (tujuh) *issue* sebagai program CSR oleh perusahaan antara lain :

1. Pengembangan masyarakat (*community relation, community service, dan community empowerment*)
2. Konsumen
3. Praktek Kegiatan Institusi yang Sehat
4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak asasi manusia
7. *Organizational Governance*

#### **IV.3 ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility**

Adanya ketidakseragaman dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di berbagai negara menimbulkan adanya kecenderungan yang berbeda dalam proses pelaksanaan CSR itu sendiri di masyarakat. Oleh karena itu diperlukan suatu pedoman umum dalam penerapan CSR di manca negara. Salah satu bentuk pedoman dalam penerapan CSR di suatu negara melalui *ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility*.

Dengan disusunnya ISO 26000 sebagai panduan (*guideline*) atau dijadikan rujukan utama dalam pembuatan pedoman *Social Responsibility* yang berlaku umum, sekaligus menjawab tantangan kebutuhan masyarakat global termasuk masyarakat di Indonesia.

Panduan ISO 26000 memang merupakan sebuah standar yang dapat diterapkan oleh perusahaan ataupun organisasi yang lain. Namun, ini bukanlah merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh mereka. Oleh karena itu, karena tidak terdapat persyaratan yang harus dipenuhi, maka ISO 26000 ini bukan digunakan untuk memperoleh sertifikasi.

Pada bulan September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (*working group*) yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama *ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility*.

ISO 26000 pertama kali dirilis pada 1 November 2010 oleh ISO (*International Organization for Standardization*) dalam suatu konsensus internasional. Proses penyusunan ISO 26000 melibatkan banyak pihak yang meliputi perwakilan pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, industri, asosiasi konsumen, dan asosiasi pekerja.

Adapun konsep ISO 26000 mensyaratkan komunikasi dengan seluruh *stakeholders* dalam kegiatan CSR yaitu :

1. Industri,
2. Pemerintah,
3. Karyawan (buruh),
4. Konsumen,
5. LSM (NGO), dan
6. SSRO (*Service, Support, Research and Others*).

Prinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial yang menjadi dasar bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 meliputi :

1. Kepatuhan kepada hukum
2. Menghormati instrumen/badan-badan internasional
3. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi

6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan
8. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia

Berikut ini merupakan 7 dasar yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam implementasi ISO 26000:

1. *Accountability*

Suatu perusahaan harus bertanggung jawab pada mereka yang terkena dampak dari kegiatan usahanya. Maka, perusahaan perlu mempertimbangan setiap keputusan yang diambil.

2. *Transparency*

Suatu organisasi atau perusahaan perlu menunjukkan keputusan, kegiatan, dan dampak secara jelas dan transparan.

3. *Ethical Behavior*

Perilaku yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan harus menyesuaikan etika, kejujuran, kesetaraan, dan integritas.

4. *Respect for Stakeholder Interest*

Perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan korporasi, namun juga mempertimbangkan *stakeholders* lain yang berkepentingan.

5. *Respect for the Rule of Law*

Dalam menerapkan langkah-langkahnya, suatu organisasi atau perusahaan perlu mempertimbangkan dan mematuhi peraturan hukum yang berlaku.

6. *Respect for International Norm of Behavior*

Sejalan dengan kepatuhan terhadap hukum, suatu perusahaan atau organisasi perlu menghormati norma perilaku internasional.

#### 7. *Respect of Human Right*

Sebuah perusahaan atau organisasi, wajib menghormati dan mendukung hak asasi manusia yang diatur dalam Undang-Undang Internasional Hak Asasi Manusia.

Adapun dokumen yang ada di dalam kegiatan perusahaan dalam menerapkan ISO 26000 perlu mencakup beberapa hal yakni:

1. Informasi terkait isu permasalahan, tujuan kegiatan perusahaan, serta aksi yang dilakukan.
2. Bagaimana bentuk keterlibatan *stakeholders* yang saling berkaitan.
3. Gambaran terkait kinerja yang meliputi pencapaian, kekurangan, dan solusi untuk mengatasi masalah.

## Daftar Pustaka

- Kartini, Dwi. (2013). *Corporate Social Responsibility: Transpormasi Konsep Sustainability Management dan Impementasi di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Wahyuningrum, Yuniarti. (2015). *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan)*. Jurnal Administrasi Publik (JAP), 1(5). Malang: Universitas Brawijaya.

# **BAB V**

## **Perilaku Organisasi**

### **Dalam Pengambilan Keputusan**

#### **V.1 Pengertian Perilaku Organisasi**

Menurut Mulyadi (2015) perilaku organisasi adalah “aktualisasi pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana orang bertindak di dalam organisasi”. Sedangkan menurut Sagala (2013), perilaku organisasi adalah unsur-unsur antara manusia, struktur, proses dan kerja sama dengan teknologi dan tujuan.

Organisasi merupakan satu kesatuan yang kompleks yang terdiri berbagai macam sifat dan karakteristik individu, sebuah organisasi dapat diibaratkan seorang ibu dari anak-anaknya, sehingga suatu organisasi yang dikatakan baik merupakan organisasi yang di isi oleh orang-orang yang memiliki visi dan misi yang jelas serta dalam diri mereka terkandung nilai-nilai kompetensi serta idealisme yang kuat.

#### **V.2 Pertimbangan Perilaku Organisasi Dalam Pengambilan Keputusan**

Berikut ini elemen-elemen dalam pengambilan keputusan organisasi :



Gambar 2 Elemen-elemen Pengambil Keputusan Organisasi  
 Sumber : Olahan Penulis,2023

Para pengambil keputusan di organisasi tidak selalu mengetahui dengan pasti akan hasil keputusan yang diambil, ada kalanya sang pengambil keputusan mengetahui sepenuhnya dan yakin benar akan hasil dari tiap-tiap alternatif, akan tetapi kadang-kadang juga sang pengambil keputusan tidak mengetahui sama sekali tentang hasil keputusan yang diambilnya.

### V.3 Potensi Konflik di Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis

Konflik merupakan salah satu aspek yang tidak dapat dihindari sepanjang kehidupan sebuah organisasi. Konflik berakar dari karakteristik struktural maupun kepribadian yang tidak cocok. Salah satu potensi terjadinya “keributan” dalam

organisasi adalah konflik di organisasi terhadap keputusan bisnis yang diambil. Suatu keputusan yang diambil berpotensi tidak dapat memenuhi harapan semua individu maupun berbagai pihak yang berkepentingan, untuk itu perlu dipertimbangkan secara matang suatu keputusan yang diambil di organisasi agar tidak menimbulkan suatu konflik di organisasi.

Segala keputusan yang diambil sudah tentu akan menimbulkan konsekuensi, menurut Sari (2007), terdapat 3 kondisi yang mungkin terjadi dalam pengambilan keputusan di organisasi, yaitu :

1. Kondisi Pasti (*Certainty*)

Merupakan suatu kondisi di mana pengambil keputusan memiliki informasi lengkap mengenai persoalan yang dihadapi, memiliki alternatif solusi yang jelas, dan hasil yang akan dicapai melalui solusi tersebut dapat diperkirakan. Pengambilan keputusan yang masuk dalam kategori ini adalah keputusan rutin. Keputusan rutin adalah keputusan yang bersifat standar dan umum dari suatu persoalan yang solusinya sudah jelas dan pasti, contoh : Untuk usaha perbankan, mencetak brosur-brosur informasi produk, formulir transaksi perbankan, dll, jika persediaan sudah menipis

2. Kondisi Berisiko (*Risk*)

Merupakan kondisi di mana pengambil keputusan dapat mendefinisikan persoalan, menetapkan kemungkinan kejadian tertentu, mengidentifikasi alternatif solusi, mengambil keputusan dengan tingkat hasil yang sudah diperkirakan tetapi tetap masih memungkinkan diperolehnya hasil yang tidak diperkirakan. Pengambilan keputusan yang masuk dalam kategori ini adalah keputusan adaptif. Keputusan adaptif adalah keputusan yang dilakukan

sebagai respon dari suatu persoalan yang relatif dapat diidentifikasi meskipun tidak umum di mana alternatif solusi dapat diidentifikasi meskipun hasilnya belum pasti. Contoh: GE Master Card dengan Krisdayanti show. Keberhasilan pengambilan keputusan ini sangat tergantung kepada probabilitas obyektif (kalkulasi matang) atau probabilitas subyektif (intuisi dan pengalaman).

### 3. Kondisi Tidak Pasti (*Uncertainty*)

Merupakan kondisi di mana pengambil keputusan tidak memiliki cukup informasi untuk memperoleh hasil yang diharapkan dari sejumlah alternatif solusi yang dilakukan. Pengambilan keputusan yang masuk dalam kategori ini adalah keputusan inovatif. Keputusan inovatif adalah keputusan yang didasarkan atas penemuan atau identifikasi dan diagnosa dari suatu persoalan yang tidak umum dan meragukan, di mana alternatif solusi yang ditempuh bersifat unik, spesifik dan kreatif.

Suatu keputusan bisnis yang diambil pasti memiliki konsekuensi pro dan kontra di segala aspek dan individu, di mana apabila dibiarkan secara terus-menerus akan berpotensi menimbulkan konflik di organisasi/perusahaan. Salah satu cara mencegah konflik adalah dengan dilakukan suatu persetujuan dan kesepakatan ketika keputusan dibuat, serta atas keputusan yang diambil harus sepakat harus dijalankan dilakukan secara bersama oleh semua pihak. Selain itu, juga perlu dilakukan evaluasi secara bersama atas keputusan yang telah disepakati dan dijalankan agar tetap menjaga suasana organisasi yang kondusif.

## Daftar Pustaka

- Mulyadi, D. 2015. *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Cetakan Pertama. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Ronosentono, Noch Idris. 2006. *Pengertahuan dasar Tatalaksana Freight Forwarding*, Jakarta: Infomedika
- Sari, Eliana. 2007. *Seri Manajemen Organisasi: Buku 2 Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi: Mengoptimalkan Peran Komunikasi Dalam Perubahan Organisasi*. - Jakarta: Jayabaya University Press,
- Sagala, Syaiful.2013. *Memahami Organisasi Pendidikan dan Budaya dan Reiniviny Organisasi Pendidikan*.Bandung: Alfabeta.
- Supartha, Wayan Gede & Sintaasih, Desak Ketut. 2017. *Pengantar Perilaku Organisasi : Teori. Kasus & Aplikasi Penelitian*. Denpasar TImur : CV. Setia Bakti.



## **BAB VI**

### **Pengambilan Keputusan Dalam Penyusunan *Business Plan***

#### **VI.1 Pengertian *Business Plan***

*Business plan* atau rencana bisnis merupakan suatu dokumen atau pernyataan tertulis yang berisi tujuan sebuah usaha dan bagaimana cara pebisnis meraih target bisnis tersebut. Menurut Bygrave dalam Suprpto, Rusdi dan Paryono (2018), *Business Plan* merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi penyandang dana.

Sedangkan menurut Hisrich-Peters dalam Alma (2013), *business plan* adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur-unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai sewaktu usaha. Isinya sering merupakan perencanaan terpadu menyangkut pemasaran, permodalan, manufaktur dan sumber daya manusia.

#### **VI.2 Tujuan *Business Plan***

Pembuatan *business plan* tidak dapat menggaransi sebuah bisnis untuk bisa meraih kesuksesan. Namun, dengan memiliki rancangan bisnis, suatu perusahaan/organisasi akan lebih mudah menjalankan usaha dan mengarahkannya sesuai dengan tujuan. Dengan demikian, potensi bisnis dapat beroperasi dengan lancar dan memberikan keuntungan berlimpah akan menjadi lebih tinggi. Bagi para *startup*,

perencanaan bisnis merupakan langkah awal sebelum menjalankan bisnis atau mendapatkan suntikan modal. Bagi perusahaan yang sudah mapan, rencana bisnis menetapkan tujuan bisnis selama beberapa periode berikutnya, seringkali tiga, lima, atau sepuluh tahun.

Bagi para pengelola bisnis, *business plan* telah menjadi dokumen yang biasa serta wajib untuk dibuat dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Dengan membuat *business plan*, maka perusahaan mampu memberikan gambaran secara keseluruhan dan kompleks dari berbagai aspek, mulai dari pemasaran, keuangan, operasional, dan aspek lainnya. Kelayakan suatu bisnis dapat tergambar dengan jelas dan detail dalam suatu perencanaan bisnis yang dibuat oleh perusahaan.

### **VI.3 Pengambilan Keputusan Di Dalam Penyusunan *Business Plan***

Pada saat kita akan memulai suatu bisnis, tentu banyak tantangan dan persoalan yang kemungkinan akan terjadi pada bisnis kita. Sehingga, diperlukan suatu pengambilan keputusan bisnis yang tepat, oleh karena itu penyusunan *business plan* merupakan salah satu sarana bagi kita untuk melihat serta mengkaji potensi bisnis ke depan sebelum dilakukan pengambilan keputusan terhadap kajian dari *business plan*.

Dalam beberapa kondisi, perencanaan bisnis pun dapat membantu perusahaan untuk mengambil keputusan. Sebelum melakukan penyusunan *business plan*, maka perlu untuk dilakukan berbagai riset pasar dan analisis industri terlebih dahulu. Visi, misi dan tujuan dari perusahaan harus ditetapkan secara jelas. Baru setelah melakukan berbagai perencanaan, seperti target audiens mana yang akan disasar, produk yang

akan dibuat, apa *value proposition* yang ditawarkan, berapa biaya yang dibutuhkan, hingga bagaimana posisi dengan para pesaing

## Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2014. *Kewirausahaan*. Cetakan ke.20. Bandung: Alfabeta
- Suprpto, Hugo Aries, Rusdi, Muhammad, dan Paryono. 2018. *Pelatihan Pembuatan Proposal Rencana Bisnis (Business Plan) Bagi Siswa Madrasah Tsanawiyah Nurul Hikmah Dan Smp Al-Ihsan Guna Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) IKIP Siliwang Volume 01 Nomor 02, Juli.

# **BAB VII**

## **KONSEP PROBABILITAS**

### **DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN**

#### **VII.1 Pengertian Probabilitas**

Probabilitas dapat didefinisikan sebagai peluang terhadap suatu kejadian. Probabilitas merupakan teori dasar dalam pengambilan keputusan yang memiliki sifat ketidakpastian. Secara lengkap, Probabilitas dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran tentang kemungkinan suatu peristiwa (*event*) akan terjadi di masa mendatang. Probabilitas menurut Irianto (2009) berkembang dari permainan *gambling*, di mana setiap tebakan mengandung unsur kemungkinan keluar maupun tidak, persoalannya terletak pada pilihan tersebut mengandung kemungkinan keluar lebih besar daripada kemungkinan tidak keluar atau tidak.

Probabilitas biasanya dinyatakan dengan bilangan desimal (seperti 0,50, 0,20 atau 0,89) atau bilangan pecahan seperti  $\frac{5}{100}$ ,  $\frac{20}{100}$ ,  $\frac{75}{100}$ . Nilai dari probabilitas berkisar antara 0 sampai dengan 1. Jika semakin dekat nilai probabilitas ke nilai 0, maka semakin kecil juga kemungkinan suatu kejadian akan terjadi. Jika semakin dekat nilai probabilitas ke nilai 1, maka semakin besar peluang suatu kejadian akan terjadi.

#### **VII.2 Probabilitas Dalam Pengambilan Keputusan**

Secara umum, dapat dikatakan bahwa mengambil keputusan atau membuat keputusan berarti memilih satu di antara banyak alternatif. Menurut Mardani dkk (2020) keputusan secara harafiah berarti pilihan (*choice*). Sedangkan menurut Davis dalam Ridwan dkk (2015), keputusan adalah hasil dari pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas

Adapun manfaat mengetahui probabilitas adalah untuk dapat membantu di dalam pengambilan keputusan yang tepat, karena kehidupan di dunia tidak ada kepastian dan informasi yang tidak sempurna. Adapun contoh probabilitas dalam kehidupan sehari-hari mulai dari bidang ilmiah, bidang pemerintahan, bidang usaha atau industri, sampai pada masalah-masalah kecil seperti masuk kantor atau tidak karena awan tebal yang kemungkinan akan hujan deras dan banjir, serta pembelian saham berdasarkan analisis harga saham.

Di dalam probabilitas terdapat beberapa unsur penting seperti :

- Percobaan  
Merupakan suatu pengamatan terhadap beberapa aktivitas/proses yang memungkinkan timbulnya paling sedikit 2 peristiwa tanpa memperhatikan peristiwa mana yang akan terjadi.
- Hasil (*Outcome*)  
Merupakan suatu hasil dari percobaan
- Peristiwa (*Event*)  
Merupakan kumpulan dari satu atau lebih hasil yang terjadi pada sebuah percobaan atau kegiatan.

Berikut ini contoh probabilitas terhadap suatu peristiwa :

Percobaan/ kegiatan	Pertandingan Sepakbola Tim Nasional (Timnas) Indonesia melwan Turkmenistan di Stadion Bung Tomo Surabaya pada 8 September 2023
Hasil	- Timnas Indonesia menang - Timnas Indonesia Kalah - Timnas Indonesia Seri (tidak kalah dan tidak menang)
Peristiwa	Timnas Indonesia menang dengan skor 2-0

Di dalam probabilitas terdapat 3 pendekatan, antara lain :

1. Pendekatan Klasik

Pada pendekatan ini setiap rasio peristiwa mempunyai kesempatan yang sama untuk terjadi dengan pengembalian dan saling eksklusif. Perhitungan probabilitas secara klasik didasarkan pada asumsi bahwa hasil dari suatu eksperimen mempunyai kemungkinan (peluang/probabilitas) yang sama. Pada pendekatan ini, Peneliti harus mengetahui terlebih dahulu seluruh kejadian yang akan muncul. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$\text{Probabilitas Suatu Peristiwa} = \frac{\text{Jumlah Kemungkinan Hasil}}{\text{Jumlah Total Kemungkinan Hasil}}$
---

Berikut ini contoh percobaan dari pendekatan klasik :

Percobaan	Hasil	Total Hasil	Probabilitas
Kegiatan melempar uang koin	1. Muncul gambar 2. Muncul angka	2	1/2
Kegiatan perdagangan saham	1. Membeli Saham 2. Menjual Saham	2	1/2
Harga suatu produk	1. Menaikkan harga 2. Harga tetap 3. Menurunkan harga	3	1/3
Mahasiswa belajar	1. Lulus memuaskan 2. Lulus sangat memuaskan 3. Lulus terpuji	3	1/3

## 2. Pendekatan Relatif

Merupakan probabilitas suatu kejadian tidak dianggap sama, tergantung dari berapa banyak suatu kejadian terjadi. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{Probabilitas Suatu Peristiwa} = \frac{\text{Jumlah Peristiwa Yang Terjadi}}{\text{Jumlah Total Percobaan}}$$

Berikut contoh percobaan dari pendekatan relatif :

1. Dalam 12 bulan, 10 bulan terjadi inflasi dan 2 bulan deflasi. Maka probabilitas inflasi =  $10/12=0,83$  dan probabilitas deflasi =  $2/12=0,17$
2. 100 mahasiswa mengambil mata kuliah Pancasila, yang mana terdapat kemungkinan persebaran nilai, lalu tentukan probabilitas seorang mahasiswa untuk mendapatkan nilai A dan B jika terdapat nilai A 70 dan nilai B 30, Maka perhitungan probabilitas relatifnya adalah sebagai berikut :
  - Probabilitas A :  $(70/100) = 70\%$
  - Probabilitas B :  $(30/100) = 30\%$

## 3. Pendekatan Subjektif

Merupakan probabilitas suatu kejadian didasarkan pada penilaian pribadi yang dinyatakan dalam suatu derajat kepercayaan. Atau tingkat kepercayaan individu atau kelompok yang didasarkan pada fakta-fakta / peristiwa masa lalu yang ada atau perkiraan saja. Penilaian subjektif diberikan karena terlalu sedikit atau tidak ada informasi yang diperoleh atau berdasarkan keyakinan.

Contoh peristiwa : Perasaan seorang direktur Sumber Daya Manusia (SDM) dalam memilih 3 calon manajer pemasaran yang didasarkan pada golongan darah, prestasi yang pernah dicapai, dan asal sekolah dari para manajer sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mardani, A. D., Yani, A., & Napisah, S. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Kota Pangkalpinang. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 96-104.
- Ridwan, S. R., Sari, H. L., & Suryana, E. (2015). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Relawan Terbaik Di Pmi Kota Bengkulu Menggunakan Metode Simple Additive Weight (Saw). *Jurnal Media Infotama*, 11(1).
- Irianto, Agus (2009). *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Prenada Media Group



## **BAB VIII**

# **FILOSOFI PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS**

### **VIII.1 Filosofi dan Konsep**

Filosofi bisnis atau *Business Philosophy* menurut Kelly dan Booth (2004) merupakan nilai, kebijakan, praktik, dan budaya perusahaan, yang mendominasi jenis langkah strategis yang dipertimbangkan, dipilih atau ditolak. Sedangkan menurut Thahir (2020), bahwa filosofi bisnis merupakan sistem motivasi atau prinsip-prinsip dasar yang berfungsi sebagai dasar untuk keyakinan atau tindakan sebuah perusahaan.

Filosofi bisnis dapat didefinisikan sebagai cara pandang mendasar dari sebuah bisnis yang dipercaya oleh pemilik bisnis serta mampu mengarahkan perusahaan serta karyawannya dalam menjalankan perusahaan dengan dipengaruhi oleh paham-paham yang ada. Selain itu, Filosofi Bisnis juga dapat didefinisikan sebagai prinsip dan kepercayaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

Filosofi bagi perusahaan mencerminkan nilai-nilai pemimpinnya, membantu bisnis untuk merasa lebih bersifat personal dan menjunjung tinggi kolektivitas. Setelah pemimpin perusahaan menciptakan filosofi bisnisnya, maka tahap selanjutnya adalah mengkomunikasikan filosofi bisnis tersebut kepada para karyawan.

### **VIII.2 Filosofi Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis**

Pengambilan keputusan adalah suatu proses untuk menentukan sebuah pilihan dari berbagai alternatif pilihan yang

tersedia. Sebagai seorang pebisnis, kegagalan atau kebangkrutan dapat menjadi sebuah bayang-bayang yang menakutkan mengingat tidak sedikit modal yang sudah dikeluarkan, baik modal finansial, waktu, dan juga tenaga. Untuk itu setiap pelaku bisnis harus memiliki kemampuan mengambil keputusan yang baik supaya tidak salah melangkah dan membuat bisnis justru terjebak dalam kerugian hingga pada akhirnya gulung tikar.

Perspektif dasar untuk memahami pengambilan keputusan dapat ditemukan pada Rest's yang dikutip oleh Tan (2002), di mana terdapat model empat komponen yang menentukan proses pengambilan keputusan individu. Model tersebut menetapkan bahwa individu harus:

1. Mengenali isu moral
2. Membuat pertimbangan moral (*moral judgement*)
3. Menetapkan tujuan moral
4. Mengimplementasikan tindakan moral selama etika pengambilan keputusan dan proses perilaku

Memilih paradigma dan prinsip dalam mengambil keputusan adalah sesuatu yang sangat subjektif karena setiap orang memiliki perspektif yang berbeda dikarenakan perbedaan nilai yang dianutnya. Pada dasarnya keputusan yang dibuat adalah untuk memecahkan permasalahan serta untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Seorang pebisnis yang memiliki daya pikir filosofi di dalam mengambil keputusan bisnis memiliki karakter setiap mengambil keputusan bisnis berdasarkan tindakan dan keyakinan dengan akal sehat sebagai dasar keputusan dan pijakan tindakan bisnis sehari-hari

## DAFTAR PUSTAKA

- Kelly, Louise dan Booth,Chris. 2004. Dictionary of *Strategy. Strategic Management*, SAGE Publications, Inc.
- Tan Benjamin, 2002, *Understanding Consumer Ethical Decision Making with Respect to Purchase of Pirated Software*, *The Journal of Consumer Marketing*; 2002; Vol. 19, No. 2; Academic Research Library, pp. 96-111
- Thahir, L. S. 2020. *Filsafat Bisnis, Kiat Sukses Membangun Bisnis Anda*. Yogyakarta: Iqra Publishing kerja sama Ladang Kata.

## GLOSARIUM

**Business Plan** : suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi penyandang dana.

**Etika Bisnis** : kegiatan bisnis dengan menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan tujuan untuk mendapatkan profit atau keuntungan sesuai dengan etika di dalam masyarakat yaitu dengan tidak melakukan perbuatan curang yang dapat merugikan orang lain bahkan hingga tidak melanggar aturan hukum.

**Etika Profesi** : Pokok-Pokok Kepegawaian, kode etik profesi merupakan suatu pedoman sikap, tingkah laku serta perbuatan dalam melaksanakan tugas dan juga dalam kehidupan sehari-hari.

**Tanggung Jawab Sosial Perusahaan** : kewajiban perusahaan, yang melebihi kewajiban yang dituntut oleh hukum maupun pertimbangan ekonomi, untuk memenuhi berbagai sasaran jangka panjang yang berguna bagi masyarakat.

**Pengambilan Keputusan** : Proses melakukan penilaian dan menjatuhkan sebuah pilihan yang digunakan untuk menghadapi permasalahan secara sistematis

**Perilaku Organisasi** : unsur-unsur antara manusia, struktur, proses dan kerja sama dengan teknologi dan tujuan.

## Profil Penulis



**Dr. Gugus Wijonarko,MM.**

Lahir di Kediri pada tanggal 8 Nopember 1965. Pada 2017 meraih gelar doktor bidang *Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)* di Sekolah Pascasarjana (Program S3 ) Universitas Airlangga Surabaya. Penulis juga alumnus S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Airlangga 1989. Gugus Wijonarko aktif dalam spesialisasi forum “*human capital*” di beberapa *talkshow* dan *workshop management human resource*. Penulis memiliki istri bernama, Ir Shofi Anggareni, dan seorang putra bernama Rayhan Airlangga Wijanarko Putra. Gugus Wijonarko disapa akrab dengan panggilan Gugus. Memiliki hobi berenang. Memiliki pandangan” manusia haruslah “*Man jaddawajada.*” Apapun yang baik harus dijalankan dengan sungguh-sungguh.

Gugus Wijonarko saat ini merupakan salah satu Direksi di PT Ambang Barito Nusapersada, anak perusahaan afiliasi PT Pelindo dengan PT Bangun Banua Kalsel (Perusahaan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan). Sebelumnya pernah menjadi

Direktur PT Berkah Multi Cargo (BMC), Direktur Utama PT Pelindo Daya Sejahtera, anak perusahaan PT Pelindo Group. Penulis saat ini juga dosen Luar Biasa (LB) di Universitas Airlangga, Sekolah Pasca Sarjana UPN Veteran Jawa Timur, dan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan. Sebelum meniti karir di BUMN (Pelindo III) penulis pernah menjadi karyawan Aparatur Sipil Negara (ASN) di Kantor Kementerian Perhubungan Jakarta sejak tahun 1990 hingga 1997.

Beberapa buku ajar untuk kalangan terbatas mahasiswa pernah ditulis, antara lain, *Pergulatan Etis dan Pragmatis Dilema Peran Pandu Ketika Membuat Keputusan Pemanduan Kapal, Etika Bisnis dan Profesi, Terminal Teluk Lamong: Membangun Negeri Menyejahterakan Ekonomi Warga, Logistic Supply Chain Management, Manajemen Logistik, dan Warehousing Management*. Buku tersebut untuk kalangan terbatas mahasiswa S1 dan S2.

Melalui buku kedelapan yang diterbitkan dan di-*publish* kali ini, penulis ingin membagikan gambaran tentang perkembangan dan gambaran model dari manajemen pengambilan keputusan bisnis sesuai pengalaman beliau selaku praktisi.

# PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS

**BERDASARKAN ETIKA BISNIS, TANGGUNG JAWAB SOSIAL,  
PERILAKU ORGANISASI, DAN DALAM PENYUSUNAN  
BUSINESS PLAN**

Kelangsungan bisnis atau usaha tidak terlepas dari bagaimana pengambilan sebuah keputusan yang tepat oleh para pengambil keputusan di perusahaan yang selanjutnya dapat dilaksanakan untuk mencapai tujuan serta target yang perusahaan inginkan. Oleh karenanya, diperlukan pengambilan keputusan bisnis yang strategis dan krusial agar dapat berdampak bagi individu atau perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang saat ini perubahannya sangat cepat serta dipengaruhi oleh banyak faktor. Dan juga diperlukan pengambilan keputusan yang cepat dan tepat untuk menjaga kelangsung bisnis yang dijalankan di era teknologi modern ini. Buku ini dapat digunakan kalangan akademis sebagai bahan ajar bagi mahasiswa di Perguruan Tinggi yang fokus pada pembelajaran tentang manajemen bisnis dan usaha. Buku ini juga dapat digunakan oleh masyarakat umum yang ingin mempelajari seluk beluk bagaimana membuat sebuah keputusan bisnis yang tepat bagi usaha yang ada.

**Penerbit KYTA**  
Perum Nogotirto Ades No. 10 RT 21/ RW 17  
Nogotirto Camping, Sleman – Yogyakarta  
Email : kytajayamandiri@gmail.com  
literasimandiri999@gmail.com  
Website : www.penerbitkyta.com

ISBN 978-623-396-132-5

