



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangatlah berguna dalam penelitian ini sebagai referensi, berbagai teori dan sumber dalam penelitian ini serta dapat membandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai pendukung untuk melakukan penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	Sambas Ade Kesuma, Risanty dkk (2020).	Business Ethics a Connection to Good Corporate Governance Implementation	Kualitatif	Keberadaan etika dalam organisasi diharapkan dapat menjadi tolok ukur penilaian nilai-nilai moral, khususnya kebijakan. Diharapkan tata kelola perusahaan yang efektif akan lebih sering dilaksanakan sebagai akibat dari penerapan etika bisnis yang baik.	Persamaan, membahas tentang etika bisnis dalam perusahaan. Perbedaan tempat objek penelitian.



2.	Dymas Widisatria (2020).	Implementasi Etika Bisnis Pada PT Aqua Golden Mississippi Tbk	Kualitatif	Dalam praktiknya ternyata Aqua melakukan pelanggaran etika bisnis yang melakukan eksploitasi sumber mata air yang merugikan masyarakat hal ini menyalahai etika lingkungan tetapi aqua melakukan kelestarian lingkungan dengan program Aqua Lestari.	Persamaan, membahas etika bisnis. Perbedaan dari objek penelitian yang digunakan dan permasalahan.
3.	Wahyu Samari (2020).	Analisis Penerapan Etika Bisnis Pada PT Telekomunikas i Indonesia Tbk	Kualitatif Deskriptif	Di Telkom, penerapan etika perusahaan telah dilakukan secara rutin. Tidak ada karyawan yang terlibat dalam perilaku tidak terhormat yang dapat merusak hubungan pemangku	Persamaan, sama-sama membahas tentang implementasi etika bisnis. Perbedaan objek penelitian yang digunakan.



				kepentingan dalam bisnis.	
4.	Ramzi Durin (2020).	Arti penting dalam menjalankan etika bisnis	Kualitatif	Sisi moral perilaku manusia dan aturan yang berlaku bagi mereka yang bekerja di bidang bisnis dan manajemen disorot oleh etika bisnis. Etika bisnis dapat dianggap sebagai perumusan dan penerapan konsep etika di bidang ekonomi manusia.	Persamaan, sama-sama membahas tentang etika bisnis. perbedaan objek penelitian yang digunakan.
5.	Olivia Sinarti & Dhyah Harjanti (2014)	Penerapan Etika Bisnis Pada PT.X	Deskriptif Kualitatif	Menunjukkan bahwa konsep etika bisnis dalam PT.X ini masih bisa digolongkan cukup baik walaupun masih ada beberapa hal yang masih	Persamaan, sama-sama membahas tentang etika bisnis. perbedaan objek penelitian

				belum diterapkan dengan baik.	yang digunakan.
6.	Bambang Setiyo Pambudi (2018).	Penerapan etika bisnis pada usaha kecil dan menengah melalui pemanfaatan computer mediated communication /media social Instagram.	Kualitatif	Etika bisnis ke dua pelaku UMKM media social Instagram menunjukkan bahwa telah menerapkan etika bisnis.	Persamaan, sama-sama membahas tentang etika bisnis. perbedaan objek penelitian yang digunakan.
7.	Silvia Ersia Rahmadania (2020)	Etika Bisnis (Business Ethic) Pada PT. TN Jakarta.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. TN telah menggunakan etika dalam bisnisnya. Dalam membuat bisnis PT. TN tidak hanya sekedar bertujuan untuk memperoleh keuntungan saja tetapi harus mampu memberi kepuasan bagi konsumen.	Persamaan, sama-sama membahas tentang etika bisnis. perbedaan objek penelitian yang digunakan.

Sumber: Data Diolah 2023



2.2 Landasan Teori

2.2.1 Definisi Etika Bisnis

Ethics atau etika berasal dari materi teoretis yang banyak ditemukan dalam bahasa Inggris. Menurut etimologi, kata "etika" berasal dari kata Latin "ethius", yang diterjemahkan sebagai "ethos" dalam bahasa Yunani. Ia memiliki banyak kebiasaan, akhlak, watak, sikap, dan artefak berpikir dalam bentuknya yang tunggal. Julukan Etika berasal dari bahasa etos Yunani yang berarti prasangka. Kebiasaan baik atau kebiasaan buruk itulah yang menonjol (Malahayatie, 2019). Menurut (Echdar & Maryadi, 2019) etika bisnis tidak hanya berlaku pada disiplin akademik. Namun ada juga bidang kesejahteraan manusia yang telah dijelaskan oleh disiplin ilmu ini, yaitu bagaimana manusia harus selalu menyelenggarakan kesejahteraan manusianya dengan cara yang baik.

Menurut (Widisatria, 2020) etika bisnis adalah proyek yang mengacu pada berbagai perspektif yang terkait dengan orang, bisnis, dan masyarakat umum. Untuk menjalankan bisnis dan mempertahankan hubungan yang baik dan sehat dengan pelanggan, etika organisasi harus mematuhi peraturan dan regulasi tertentu. Etika dalam berbisnis merupakan salah satu bidang yang tidak dapat diabaikan dalam inisiatif bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini juga merupakan komitmen untuk bekerja sama bukan hanya sekedar komitmen terhadap perusahaan yang bersangkutan, sehingga diharapkan akan menghasilkan lingkungan bisnis yang sehat (Muslim, 2017).





Etika sebagai praksis sama artinya dengan moral atau moralitas: apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan, dan sebagainya. Etika sebagai refleksi menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang. Etika dalam arti ini dapat dijalankan pada taraf populer maupun ilmiah. Pemikiran ilmiah bersifat kritis, artinya antara mempunyai dasar kukuh dan lemah (Bertens, 2013). Secara umum menurut (Echdar & Maryadi, 2019) pengertian etika bisnis biasanya merupakan langkah yang diambil bisnis saat meluncurkan proyek yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, baik itu individu, perusahaan, atau masyarakat umum. juga dapat disebut sebagai beberapa pemahaman tentang cara terbaik untuk melakukan bisnis sambil menjunjung tinggi moralitas dan norma yang berlaku pada skala global, ekonomi, dan sosial. Menurut (Kesuma & Mubarak, 2020) etika dan nilai bisnis adalah elemen penting dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Melalui penerapan etika bisnis yang baik, maka seluruh aktivitas bisnis akan dapat menghasilkan berbagai keuntungan, seperti citra baik, kepercayaan, dan keberlanjutan perusahaan.

2.2.1.1 Manfaat Etika Bisnis

Menurut (Sriwijaya, 2020) etika berbasis praktik akan secara konsisten membuahkan hasil baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang karena kemampuannya untuk mengurangi biaya sebagai akibat dari kemungkinan friksi yang terjadi baik secara internal di dalam perusahaan maupun eksternal, serta untuk meningkatkan motivasi karyawan, melindungi prinsip kebebasan berniaga, dan meningkatkan keunggulan bersaing. Manfaat etika bisnis menurut (Pambudi, 2018) antara lain mendapatkan kepercayaan pelanggan, mengembangkan produk yang

cocok untuk mereka, meningkatkan motivasi karyawan, dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

2.2.1.2 Tujuan Etika Bisnis

Untuk mendorong pemilik bisnis untuk melakukan bisnis yang etis dan menghindari terlibat dalam aktivitas ilegal. Etika bisnis mengajak para pelaku bisnis mewujudkan citra dan manajemen yang baik (etis) untuk bisnis yang pantas dimasuki oleh semua orang yang mempercayai adanya dimensi etis dalam dunia bisnis. ini juga merupakan menghalau citra buruk dunia bisnis sebagai kegiatan yang kotor, licik, dan tipu muslihat. Oleh karena itu, praktik bisnis memiliki standar etika yang tersirat, dan oleh karenanya membawa serta tanggungjawab etis bagi pelakunya (Samari, 2020).

2.2.2 Norma-Norma Dan Etika Bisnis

Salah satu aspek yang sangat lazim dan perlu mendapat perhatian dalam dunia bisnis adalah etika dan etika bisnis. Etika bisnis selain menjamin kepercayaan dan loyalitas pada semua elemen yang mempengaruhi perusahaan, juga dapat menentukan maju atau mundurnya perusahaan. Etika bisnis sangat penting dalam menjaga loyalitas pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan dan menyelesaikan masalah perusahaan. Pemangku kepentingan adalah semua individu atau kelompok yang berkepentingan dengan keputusan perusahaan. Ada dua jenis pemangku kepentingan yang mempengaruhi perusahaan, termasuk pemangku kepentingan internal dan pemangku kepentingan eksternal. Pemangku kepentingan internal termasuk investor, karyawan, dan pemimpin perusahaan. Pemangku kepentingan eksternal meliputi pelanggan, asosiasi industri, kreditor, pemasok, pemerintah, dan masyarakat (Suryana, 2017:260).



2.2.3 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia. Demikian pula, prinsip-prinsip itu sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat. bisnis Jepang akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat Jepang. Eropa dan Amerika Utara akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat tersebut dan seterusnya. Demikian pula prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku di Indonesia akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat Indonesia (Surajiyo, 2017).

Memang banyak perusahaan besar yang harus mengambil langkah-langkah yang tepat menuju implementasi prinsip-prinsip etika bisnis, meskipun prinsip yang dianut berbeda-beda (Kesuma & Mubarak, 2020). Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip panduan yang digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan tugas dan mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Menurut (Durin, 2020) ada beberapa prinsip yang terkait, antara lain:

1. Prinsip Otonomi

Menurut prinsip otonomi, setiap perusahaan harus memiliki kewenangan yang sejalan dengan usaha yang digelutinya dan dilaksanakan sesuai dengan misi dan visinya. Menurut (Sinarta & Harjanti, 2014) mengemukakan bahwa prinsip otonomi merupakan prinsip dimana seseorang mengambil keputusan sendiri dengan apa yang dianggapnya baik tanpa ada campur tangan dari pihak manapun.





2. Prinsip Kesatuan

Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

4. Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Menurut (Hazizah & Aslami, 2021) Baik dalam hal bisnis, kejujuran sangat penting, untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk yang tidak berlaku curang atau menipu konsumen. Karena bisnis tidak akan bertahan lama tanpa dilandasi dengan kejujuran.

5. Prinsip Keadilan

Bisnis harus berkomunikasi secara terbuka dengan organisasi mana pun yang terkait dengan sistem bisnis. Selain itu, upah yang adil kepada

Karyawan sesuai dengan kontribusinya memberikan layanan serupa kepada konsumen dan lainnya.

6. Prinsip Hormat Pada Diri Sendiri

Penting untuk menjunjung tinggi prinsip kejujuran, tidak berniat jahat, dan keadilan untuk bisnis yang bersangkutan.

7. Tanggung Jawab

Tidak kalah pentingnya pertanggung jawab sosial perusahaan, tanggung jawab sosial menyeimbangi komitmen-komitmen yang berbeda. Pertanggung jawaban perusahaan mencakup diantaranya, tanggung jawab terhadap lingkungan, karyawan, pelanggan, investor, dan masyarakat (Suryana, 2017).

2.2.4 Etika Bisnis Sebagai Integritas Pribadi dan Tanggung Jawab Sosial

Aspek lain dari perilaku moral yang perlu diperhatikan adalah bahwa kondisi sosial juga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku. Seseorang akan berpikir dengan hati-hati setelah melihat suatu situasi dan kemudian memutuskan apa yang harus dilakukan, tetapi kondisi perusahaan atau sosial di sekitar seseorang dapat menciptakan hambatan yang serius untuk melakukan tindakan tersebut. Sebagai individu, kita harus menyadari bahwa lingkungan sosial akan sangat mempengaruhi berbagai pilihan yang tersedia dan dapat secara signifikan mempengaruhi perilaku. Tujuan pemilik bisnis yang beretika adalah untuk menciptakan lingkungan di mana orang yang berkarakter baik dapat melakukan tindakan yang sah dan orang yang berkarakter buruk dicegah melakukan tindakan yang melanggar hukum (Hartman & DesJardins, 2008:8).

Pernyataan ini menekankan pentingnya kondisi sosial dalam mempengaruhi perilaku moral seseorang. Lingkungan sosial, termasuk lingkungan perusahaan, dapat menjadi faktor penentu dalam mengarahkan seseorang untuk bertindak secara moral atau tidak.





Kondisi perusahaan yang baik dapat menciptakan lingkungan yang mendorong individu untuk bertindak dengan integritas dan etika. Ketika nilai-nilai etika diterapkan secara konsisten dan dihormati oleh manajemen dan rekan kerja, individu cenderung merasa lebih terdorong untuk melakukan tindakan yang benar. Sebagai contoh, jika perusahaan memiliki kebijakan anti-korupsi yang tegas dan menghargai transparansi, karyawan akan merasa didukung dalam mempertahankan integritas dan akan lebih mungkin untuk menghindari perilaku yang melanggar hukum.

Namun, di sisi lain, jika kondisi perusahaan atau lingkungan sosial cenderung mempromosikan atau membiarkan perilaku yang tidak etis atau melanggar hukum, hal ini dapat menjadi hambatan serius dalam mendorong perilaku moral. Misalnya, jika perusahaan tidak memberikan sanksi yang tegas terhadap tindakan korupsi atau memperlakukan tindakan yang melanggar etika sebagai hal yang biasa, karyawan mungkin merasa terdorong untuk mengikuti pola perilaku yang buruk tersebut.

Oleh karena itu, penting bagi pemilik bisnis dan manajemen untuk menciptakan lingkungan sosial yang mendukung perilaku yang etis dan melawan perilaku yang tidak etis. Hal ini dapat dicapai dengan menerapkan kebijakan yang jelas, memberikan pelatihan etika kepada karyawan, mendukung pengaduan yang dilakukan dengan jujur, dan memberikan sanksi yang tegas terhadap pelanggaran etika

2.2.5 Sanksi Pelanggaran Yang Akan Diterima Jika Perusahaan Tidak Menerapkan Etika Bisnis

Pelanggaran etika dapat terjadi di mana-mana, termasuk dalam bisnis. Untuk meraih keuntungan, perlu mengikuti petunjuk Pasal 22 yang menyatakan bahwa "Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mencegah terjadinya kondisi kerja yang tidak aman." Ini adalah peringatan yang akan diberikan kepada bisnis yang tidak menggunakan etika didalam bisnisnya karena memiliki masalah hukum yang belum terselesaikan. Pegawai perusahaan yang melakukan pelanggaran Pedoman Etika Bisnis dan Etika Kerja (*Code of Conduct*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku adalah hal yang menjadikan pelanggaran terhadap perusahaan yang tidak menerapkan etika didalam bisnisnya (Hasoloan, 2018).

Penerapan aturan yang ada untuk menangani masalah yang akan timbul ada harapan agar pelaku bisnis tetap bersaing sesuai norma dan aturan yang berlaku tanpa harus melanggar aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia (Merangin dkk. 2018). Secara normatif, etika bisnis di Indonesia baru diberi status khusus sejak Undang-Undang Dasar 1945 (khususnya pasal 33) diundangkan. Menjelaskan bahwa salah satu hal yang berkaitan dengan pasal 33 UU 1945 adalah pesan moral dan Pembangunan ekonomi Negara Kesatuan Republik Indonesia semata-mata untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia yang menjadi subyek atau pemilik negeri ini. memperkuat UUD 1945 menyebutkan pentingnya moral dan etika dalam menghadapi persaingan Bisnis di Era Globalisasi (Subagyo, 2022).

2.2.6 Kewirausahaan

Aspek yang populer dalam kewirausahaan adalah pentingnya etika dan norma dalam kewirausahaan. Setiap wirausahawan dalam menjalankan tugasnya selalu berinteraksi dengan pihak lain. Pihak lain itu loyal terhadap



wirausahawan bila mampu menjaga etika dan norma yang baik dan benar. Loyalitas pihak lain itu ikut menentukan maju atau mundurnya organisasi wirausahawan (Jati & Priyambodo, 2015).

Cita-cita, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi persoalan hidup dan bagaimana memanfaatkan peluang dalam mengambil berbagai risiko merupakan pokok bahasan bidang keilmuan kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan bidang keilmuan tersendiri dengan pendekatan metodis yang dapat digunakan dalam penerapan kreativitas dan inovasi (Suryana, 2017). Kreativitas dan inovasi sering kali dianggap memiliki makna yang sama. Kreativitas adalah penciptaan ide yang baru, sedangkan inovasi adalah kegiatan untuk menerapkan ide yang baru (Khamimah, 2021). Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang (Saragih, 2017). Jika UMK dikaitkan dengan kewirausahaan, maka usaha mikro dan kecil tidak selalu identik dengan kewirausahaan (UMK). Pertumbuhan ekonomi selalu dikaitkan dengan kewirausahaan. Ritel, jasa, distribusi, pertanian, dan perusahaan manufaktur adalah kategori UMK yang paling lazim. Selain menyerap tenaga kerja, UMK tumbuh dan menciptakan barang dan jasa dengan harga yang terjangkau masyarakat (Aryadi & Hoesin, 2022).



Untuk perbedaan UKM (Usaha Kecil Menengah) dengan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) bisa dilihat dari segi omzet dan aset sebagai berikut:

Tabel 2.2 Perbedaan UKM dan UMKM berdasarkan Omzet dan Aset	
UKM (Usaha Kecil Menengah)	Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memiliki kriteria
UKM jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Keputusan RI no. 99 tahun 1998 usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.	Usaha Mikro yaitu usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria. Memiliki kekayaan bersih 50 juta dan hasil penjualan pertahun 300 juta.
	Usaha Kecil yaitu badan usaha yang bukan cabang atau anak perusahaan. Memiliki kekayaan bersih 50-500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan usaha dan hasil penjualan pertahun lebih 300 juta sampai 2,5 Milyar.
	Usaha Menengah yaitu usaha yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan. Memiliki kekayaan bersih 500 juta- 10 Milyar dan hasil penjualan pertahun 2,5 M- 50 M.
<i>Sumber: (Ichsan et al., 2021) Ekonomi Koperasi Dan UMKM data diolah 2023</i>	



2.3 Kerangka Pemikiran

Implementasi etika bisnis dalam Tahu Pong Super Cap Jempol masih bisa digolongkan cukup baik. Walaupun masih ada beberapa hal yang masih belum diterapkan dengan baik. Seperti prinsip tanggung jawab terhadap lingkungan yang dalam penanganan limbah belum sesuai dengan anjuran pemerintah dan tanggung jawab kepada pelanggan karena melakukan keteledoran dalam pengiriman produk tahu yang tidak tepat waktu hal tersebut dapat memicu pelanggan beralih ke produk lain.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

