



# ETIKA BISNIS

Eny Septi Wulandari, M.Kep

# DEFINISI

## 1. Asal kata Etika

- ✓ Etika = **Ethos** (Yunani), yang berarti kebiasaan
- ✓ Etika diartikan sebagai **kebiasaan, adat istiadat** → sebagai **sistem nilai** tentang bagaimana manusia harus hidup sesuai dengan kebiasaan, adat istiadat → **sistem nilai** sebagai suatu kebiasaan diturunkan melalui agama dan kebudayaan.
- ✓ Etika ditinjau dari segi **filsafat** : Etika sebagai ilmu yang menyelidiki **mana yang baik dan mana yang buruk** sebagai pedoman sikap dan tingkah laku manusia sejauh berkaitan dengan norma-norma.



# DEFINISI

## 2. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah “keseluruhan kegiatan usaha yang dijalankan oleh orang atau badan secara teratur dan terus menerus, yaitu berupa kegiatan mengadakan barang-barang atau jasa-jasa maupun fasilitas-fasilitas untuk diperjual belikan, dipertukarkan, atau disewakan dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

### **Menurut Kamus Besar Indonesia :**

“Bisnis adalah usaha dagang, usaha komersial dalam dunia perdagangan



# LANJUTAN...

- Aturan-aturan etika, baik tertulis dan tidak tertulis yang mengatur hak-hak dan kewajiban produsen dan konsumen
- Dalam bisnis kita harus menjalankan Etika bisnis
- Etika untuk berbisnis yang baik dapat menegakkan **hukum dan keadilan** secara konsisten dan konsekuen
- Jika Etika bisnis tidak di jalankan maka kepercayaan konsumen akan berkurang



# MENGAPA BISNIS HARUS BERETIKA?

- Karena bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit.
- Bisnis dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya → sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman
- Bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan yang sangat ketat → maka dalam persaingan bisnis tersebut, orang yang bersaing dengan tetap memperhatikan norma-norma etis → maka perusahaan tersebut yang akan sukses.



# PERAN ETIKA BISNIS

- Sebagai kontrol terhadap individu → inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi.
- Membangun suatu perusahaan yang kuat dengan daya saing yang tinggi



# PRINSIP ETIKA BISNIS

- *Prinsip Otonomi*

yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.

- *Prinsip Kejujuran*

dalam hal ini kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen.

- *Prinsip Keadilan*

bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.

- *Prinsip Saling menguntungkan*  
juga dalam bisnis yang kompetitif.

- *Prinsip integritas moral*

ini merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik.



# PENDEKATAN DASAR ETIKA BISNIS

## ´ **Utilitarian Approach**

“baik atau buruk setiap tindakan diukur dari apakah tindakan itu menghasilkan tingkat kesenangan atau kebahagiaan dan kemanfaatan yang terbanyak dengan pengorbanan yang sedikit”

## ´ **Individual Rights Approach**

Setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.

## ´ **Justice Approach**

Para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.





**01 - Produk yang baik**



**02 - Management yang baik**



**03 - Etika Yang Baik**

# ASPEK POKOK DARI BISNIS



# KOMPONEN ETIKA BISNIS

## 1. Komponen Sumber

Fokus pada SDM yang ada di industry tersebut. Ex. Tidak suka KKN, nilai pribadi yang jujur

## 2. Komponen Mekanik

Usaha melalui berbagai metode untuk mencapai Kesepakatan bersama. Ex. Negosiasi tidak boleh membanting harga

## 3. Produk

Produk yang kita miliki mempunyai Kesepakatan Individu dengan masyarakat

Ex. Barang dapat garansi 6 bulan, kecap yang terbaik itu memiliki syarat-syarat

## 4. Aliran Etika



# ALIRAN ETIKA

## 1. Aliran Deontologi

“baik atau buruk setiap tindakan tidak diukur dari hasilnya, tetapi merupakan kewajiban moral/tugas yang bersumber dari kehendak secara mandiri.

Kewajiban moral dapat diketahui secara intuitif  
Ex. Rasanya tak pantas kalau menurunkan harga

## 2. Aliran Teleology

dari kata Yunani, telos = tujuan, Mengukur baik buruknya suatu Tindakan berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan akibat yang ditimbulkan oleh tindakan itu.

Ex. Saya turunkan harga untuk jatuhkan saingan



## CIRI-CIRI PERILAKU TIDAK ETIS DALAM BISNIS

- Tidak ada Pengendalian diri
- Kurangnya Pengembangan tanggung jawab sosial
- Menciptakan persaingan tidak sehat
- Hanya berpikir untuk diri sendiri
- Tidak merasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati
- Tidak jujur



# CONTOH KASUS ETIKA BISNIS DALAM PRAKTEK

## 1. Kasus Pelanggaran PB Djarum

Pada beberapa tahun silam, PB Djarum mendapatkan peringatan keras sebab terdapat indikasi bahwa perusahaan ini menggunakan buruh anak-anak untuk melakukan kegiatan di dalam pabrik.

## 2. Kasus Pelanggaran PT. Ajinomoto

Kasus pelanggaran ini bermula ketika ada laporan bahwa perusahaan ini menggunakan bahan bactosoytone untuk membuat bumbu penyedap mereka.

## 3. Kasus Pelanggaran PT. Megasari Makmur

Kasus pada perusahaan ini menggunakan bahan berbahaya untuk membuat obat nyamuk. Bahan tersebut adalah zat aktif dikorvos dan propaxur, kandungan yang biasanya hanya ditemukan pada zat pestisida.

## 4. Kasus General Motors

Menempatkan tangki bahan bakar dlm posisi berbahaya untuk menghemat biaya. Tangki diletakkan di belakang as roda dgn jarak 11 inci. (standar 17 inci)



## FAKTOR-FAKTOR PEMBISNIS MELAKUKAN PELANGGARAN ETIKA BISNIS

- perusahaan bersedia melakukan apapun demi laba
- Banyaknya competitor dengan produk yang lebih baik
- menghasilkan keuntungan maksimal.
- Mengejar keuntungan pribadi
- Ingin Menambah pangsa pasar
- Ingin menguasai pasar
- Permintaan konsumen yang kian rewel sering menjadi faktor pemicu perusahaan mengabaikan etika dalam berbisnis.



# MASALAH ETIKA DALAM BISNIS

## 1. Suap (Bribery)

Adalah tindakan berupa menawarkan, memberi, menerima, atau meminta sesuatu yang berharga dengan tujuan mempengaruhi tindakan seorang pejabat dalam melaksanakan kewajiban publik.

## 2. Paksaan (Coercion)

Adalah tekanan, batasan, dorongan dengan paksa atau dengan menggunakan jabatan atau ancaman.

## 3. Penipuan (Deception)

Adalah tindakan memperdaya, menyesatkan yang disengaja dengan mengucapkan atau melakukan kebohongan.

## 4. Pencurian (Theft)

Merupakan tindakan mengambil sesuatu yang bukan hak kita atau mengambil property milik orang lain tanpa persetujuan pemiliknya. Properti tersebut dapat berupa property fisik atau konseptual.

## 5. Diskriminasi tidak jelas (Unfair discrimination)

Adalah perlakuan tidak adil atau penolakan terhadap orang-orang tertentu yang disebabkan oleh ras, jenis kelamin, kewarganegaraan, atau agama.



## **KEGIATAN BISNIS YANG DILARANG DALAM UU NO. 5 TAHUN 1999**

### **1. Monopoli**

penguasaan atas produksi dan / pemasaran barang dan / jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan / persaingan usaha tidak sehat;

### **2. Monopsoni**

menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan / jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan / persaingan usaha tidak sehat;

### **3. Penguasaan Pasar**

melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan / persaingan usaha tidak sehat berupa:

- Menolak dan / menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama.
- Mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan / persaingan usaha tidak sehat.



## **KEGIATAN BISNIS YANG DILARANG DALAM UU NO. 5 TAHUN 1999**

3. Persekongkolan, dengan pihak lain bersekongkol untuk mengatur dan / menentukan pemenang tender sehingga mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat; Ex. Untuk memenangkan Tender
4. Posisi Dominan, menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk kepentingan pribadinya
5. Menetapkan syarat – syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan / jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas;
6. Menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan.
7. Jabatan Rangkap, seseorang menduduki jabatan sebagai direksi atau komisaris dari suatu perusahaan, pada waktu yang bersamaan dilarang merangkap menjadi direksi atau komisaris pada perusahaan lain.



## **PENERAPAN ETIKA DALAM BISNIS**

- Menuangkan etika bisnis dalam suatu kode etik (code of conduct);
- Menyebutkan nama klien dengan baik
- Hadir tepat waktu pada saat janji temu
- Tidak segan mengucapkan terimakasih
- Memperkuat sistem pengawasan terhadap pelanggaran etik;
- Bersikap jujur dalam bisnis
- Membuka forum diskusi untuk mencari solusi terhadap permasalahan yang menyangkut internal perusahaan maupun sosial lingkungan





**SELAMAT BELAJAR**

# Bussiness Plan & Merk

---

ENY SEPTI WULANDARI, M.KEP



# Bussiness Plan

Dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai usaha. Perencanaan bisnis menyangkut pemasaran, permodalan, operasional dan sumber daya manusia.



# Bussiness Plan

---

- Dipandang sbg perencanaan seorang wirausaha yg membuat impian & harapan, yg memotivasi wirausaha untuk mencoba mendirikan bisnis.
- Manfaatnya, sbg jembatan antara ide & kenyataannya, menyediakan gambaran yg jelas dari apa yg hendak dilakukan oleh wirausaha.

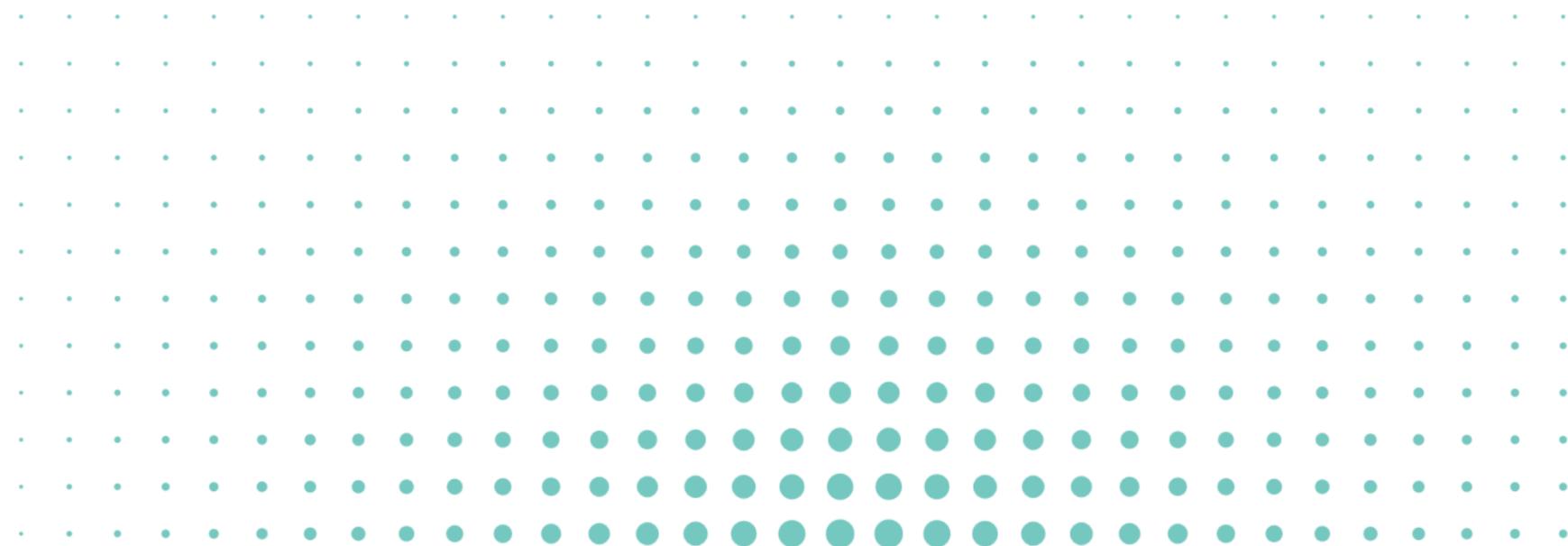


# Mengapa Perencanaan Bisnis Penting?

---

Gagalnya calon pengusaha atau pengusaha diawal usaha mereka adalah akibat tidak mampu merencanakan perencanaan bisnis dengan baik. Maka begitu memasuki dunia bisnis, banyak hal yang tidak terduga muncul dan tidak tahu apa yang harus dilakukan.

=Sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha.



# Pertimbangan Pembuatan Rencana Bisnis



# Faktor-faktor yang mempengaruhi Usaha

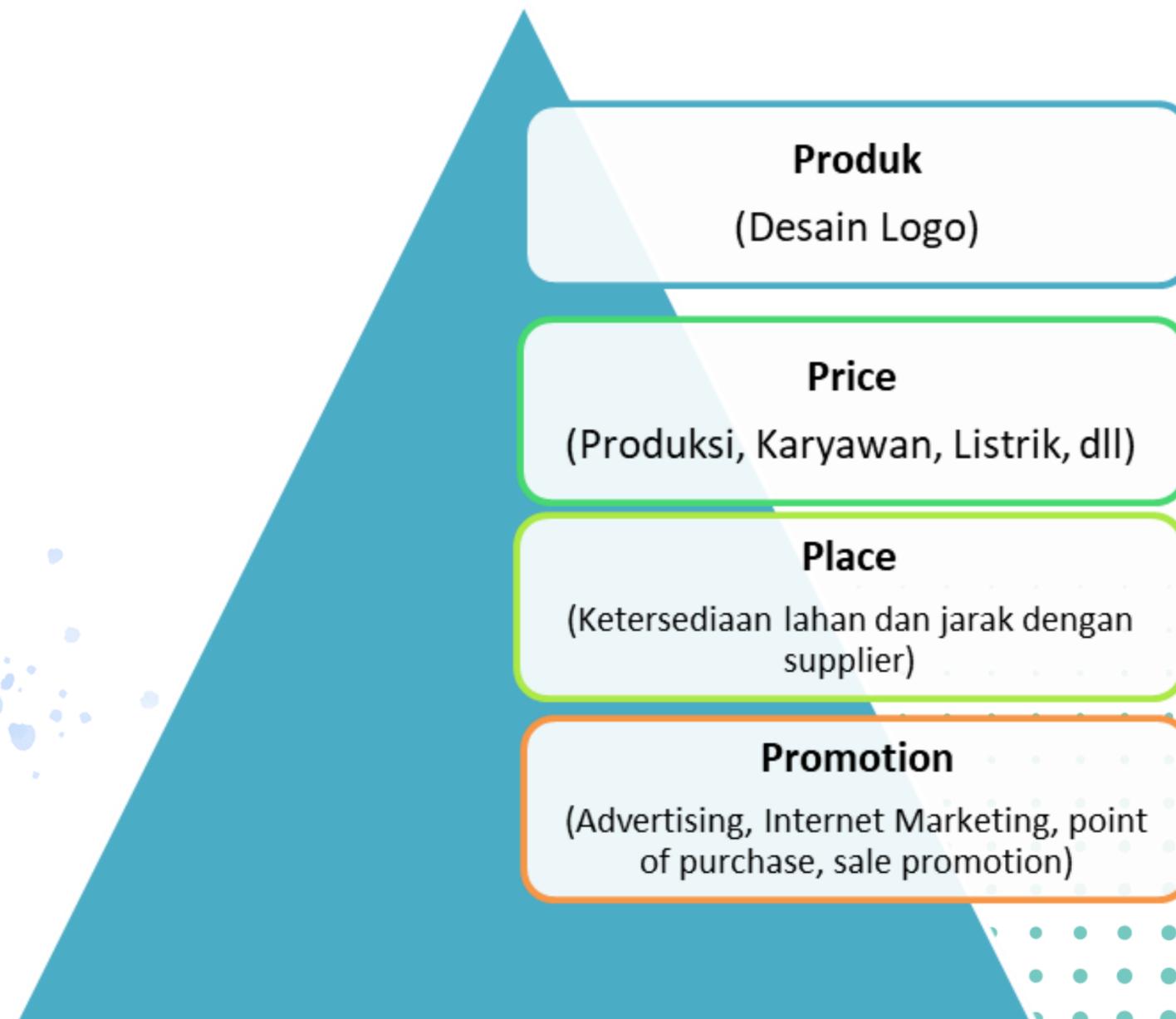
- Tujuan yang dicantumkan pengusaha kurang masuk akal
- Pengusaha tidak mempunyai pengalaman dalam perencanaan usaha
- Pengusaha tidak dapat memahami ancaman dan kelemahan bisnisnya
- Konsumen tidak mengharapkan barang dan jasa yang kita tawarkan

# Aspek-aspek Bussines Plan

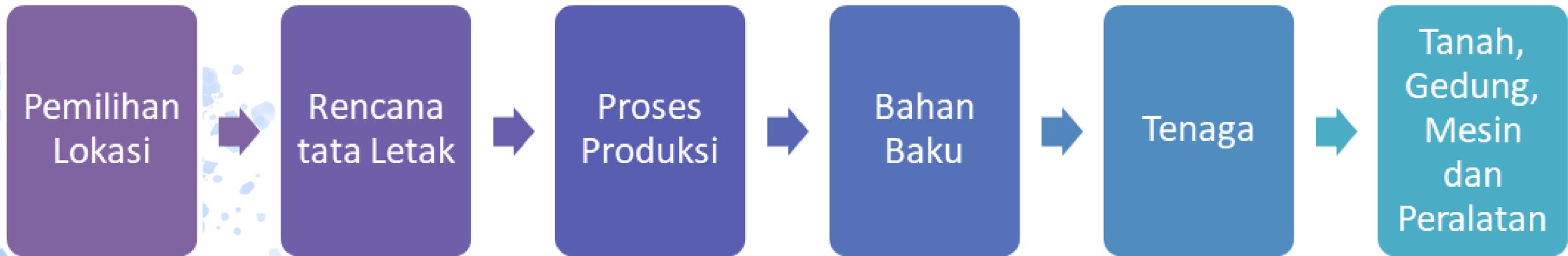
Latar  
Belakang  
Perusahaan



# Aspek-aspek Bussines Plan “Aspek Pemasaran”



# Aspek-aspek Bussines Plan “Aspek Produksi”



# Aspek-aspek Bussines Plan “Aspek Management”

Organisasi & SDM → (Kepemilikan)

- Perijinan → Ijin SITU → Harus sudah punya tempatnya dulu

Kegiatan pra operasional & jadwal pelaksanaan

- Inventaris & Supply Kantor → bahan baku dan peralatan produksi

# Aspek-aspek Bussines Plan “Aspek Keuangan”

## Sumber Pendanaan

- Apakah modal sendiri?
- Berapa Nominalnya?

## Kebutuhan Modal

- Berapa modal yang dibutuhkan?

## Analisis Keuntungan

- Apakah Balik Modal?
- Berapa Keuntungannya?

# Kerangka Rencana Bisnis “Nama Perusahaan”

- Short (Pendek)
- Simple (Sederhana)
- Mudah di Eja
- Mudah diingat
- Enak dibaca
- Tidak ada kata sambung
- Tidak Ketinggalan Jaman
- Ada hubungannya dengan barang dagangan
- Bila dieksport mudah dipahami oleh mancanegara
- Tidak menyinggung kelompok lain
- Memberikan sugesti

# Kerangka Rencana Bisnis “Lokasi”

---

- *Backward Linkage* = pertalian kebelakang, bagaimana sumberdaya (Resourches) yang akan digunakan, bahan baku, tenaga kerja, suasana dan kondisi masyarakat setempat.
- *Fordward Linkage* = Pertalian kedepan yaitu berupa daerah pemasaran hasil produksi, tersedianya konsumen yang cukup untuk menyerap hasil prodiksi.

# Kerangka Rencana Bisnis “Konsumen yang dituju”

- Prospek konsumen didasarkan atas bentuk usaha dan jenis usahanya.
- Jika jenis usaha yang dijalankan adalah berbentuk industry maka jangkauannya lebih luas, tetapi apabila jenis usaha yang dijalankan berbentuk pertokoan maka jangkauannya mengandalkan konsumen disekitar pertokoan

# Kerangka Rencana Bisnis “Pasar uang akan dimasuki”

- Sebuah perusahaan yang akan memasuki pasar akan menempatkan perusahaannya sebagai pemimpin pasar (*market leader*), penantang pasar (*market challenger*), pengikut pasar (*market follower*, atau perelung pasar (*market nicher*)

# Kerangka Rencana Bisnis

## “Partner yang akan diajak Bekerjasama”

- General Partnership

Semua anggota ikut secara aktif mengoperasikan bisnis dan sama-sama bertanggung jawab terhadap permasalahan dalam perusahaan.

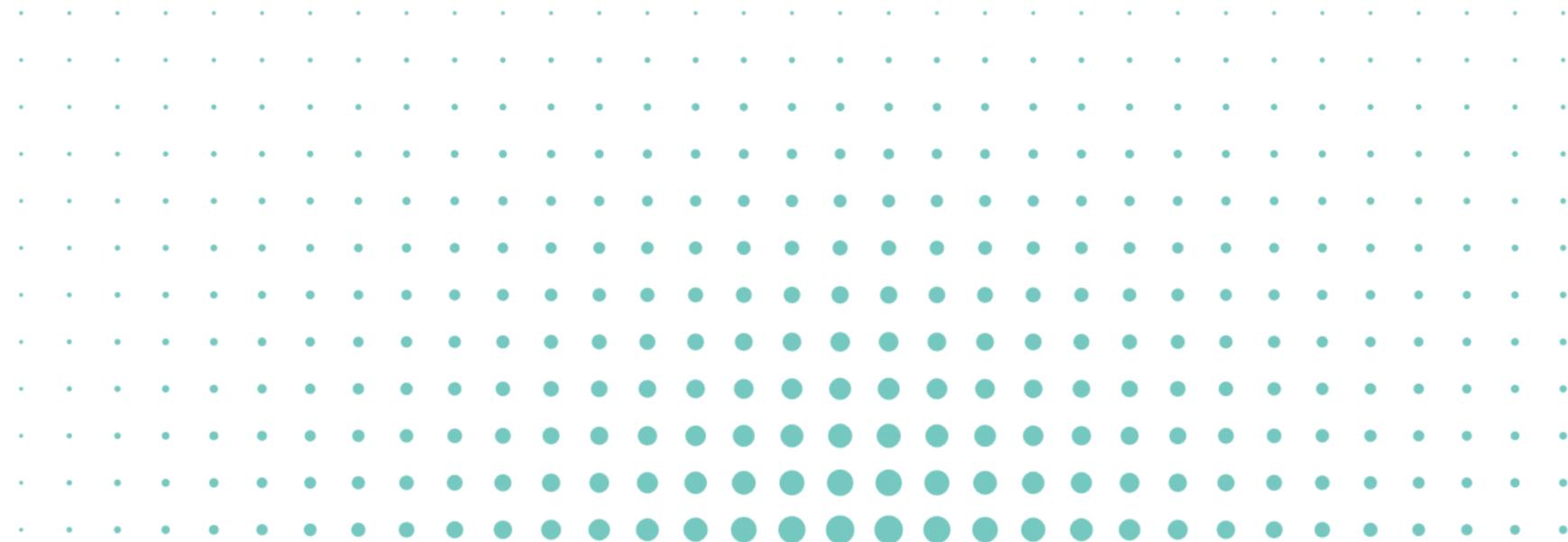
- Limited Partnership

Memiliki minimal 1 anggota yang bertanggung jawab tidak terbatas dan anggota lain yang bertanggung jawab terbatas.

# Kerangka Rencana Bisnis “Personil yang dipercaya”

---

- Memilih personil dengan mempertimbangkan kejujuran seseorang



# Kerangka Rencana Bisnis “Modal yang tersedia”

---

- Modal utama dalam sebuah bisnis adalah semangat dan kejujuran
- Modal bisa didapat dari Tabungan, harta benda, pinjaman.
- Jika modalnya kecil à dilakukan Kerjasama dengan partner yang masing-masing bisa menyetorkan modalnya

# Kerangka Rencana Bisnis “Peralatan yang dibutuhkan”

---

- Memilih peralatan dalam memulai usaha adalah peralatan yang dibutuhkan dalam usaha tersebut. Sehingga harus mempertimbangkan aspek Aspek ekonomis dan prestis

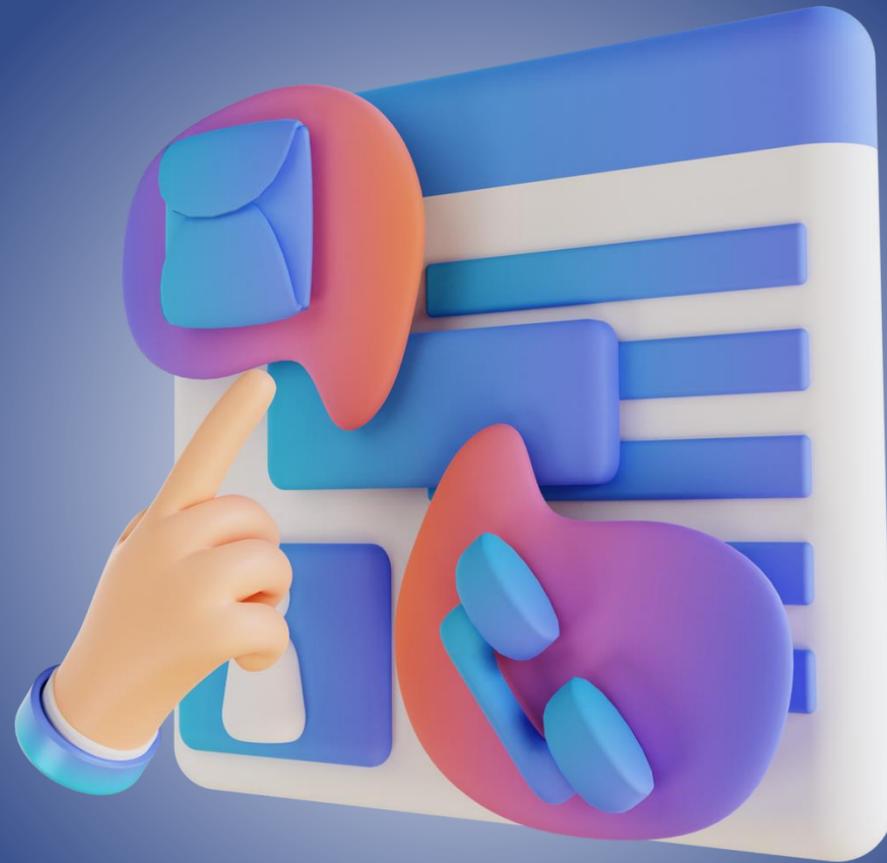
# Kerangka Rencana Bisnis “Promosi”

---

Element-elemen promosi :

1. Advertising à Berbagai iklan diberbagai media
2. Personal Selling à tenaga penjual yang disiapkan di toko-toko (pramuniaga), atau berkunjung dirumah-rumah (sales)
3. Sales Promotor à Daya Tarik konsumen dalam bentuk korting, diskon, obral, hadiah, kupon.

# Brand Product



# Brand Product

---

Tanda yg berupa gambar, nama kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tsb, yg memiliki daya pembeda & digunakan dalam kegiatan perdagangan barang/jasa.

# Brand Product



# Hal-hal yang dihindari dalam membuat Merk

- Kata-kata/Hal-hal Umum Misalkan: Produk kursi, dg merk “KURSI”/Produk kentang, dg merk “Kentang Goreng/Kentang Rebus”
- Hal-hal yg bersifat menerangkan/kata keterangan Misalkan : Produk coklat, dg merk “Manis”/Produk Kendaraan, dg merk “Cepat/Terbaik”
- Merk-merk yg membingungkan Misalkan : Produk margarin, dg logo sapi/Produk mentega, dg logo tumbuhan/Klinik Wound Care, dg logo makanan/baju
- Merk yg dianggap bertentangan dg kebiasaan masyarakat/moral
- Bendera/Lambang-lambang resmi/Lambang Negara/Organisasi Internasional



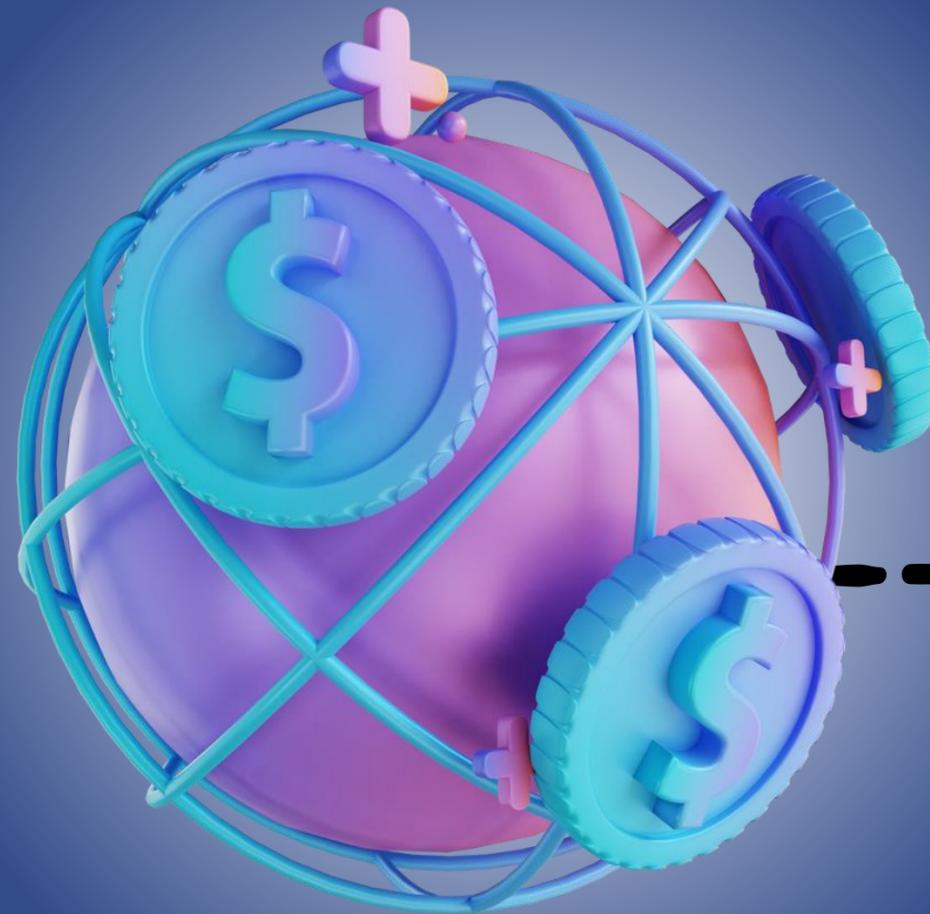




# Branding

Produk Jagoan

Media  
Komunikasi



Shales  
Chanel

Konten Komunikasi



**Thank You**