

# Turinitin\_Pengantar Manajemen

*by 1 1*

---

**Submission date:** 06-Dec-2024 10:12PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2542981982

**File name:** Bab\_12\_Fauzie\_Senoaji.docx (76.75K)

**Word count:** 2537

**Character count:** 17155

# **BAB 12**

## **Etika dan Tanggung Jawab Sosial**

**Oleh Fauzie Senoaji**

### **2.1 Pendahuluan**

Pendahuluan

Etika dan tanggung jawab sosial maskapai (CSR) yaitu dua aspek terpenting dalam mengelola bisnis di era modern ini. Etika berfokus pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengarah pada perilaku yang benar dan adil dalam lingkungan bisnis. Sementara itu, tanggung jawab sosial maskapai mencakup upaya maskapai agar berkontribusi positif terhadap manusia dan lingkungan di sekitarnya. Kedua aspek ini menjadi landasan terpenting dalam membentuk identitas dan citra suatu maskapai dalam mata publik.

Dalam konteks global yang semakin jelas hubungannya di antara kedua elemen ini, maskapai bukan hanya diharapkan agar mencapai keuntungan uang semata, tetapi juga agar beroperasi dengan mempertimbangkan akibat sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis mereka. Pemahaman akan etika dan tanggung jawab sosial maskapai menjadi semakin mendalam seiring meningkatnya kesadaran manusia dan konsumen terhadap isu-isu seperti keberlanjutan, hak asasi manusia, ketidaksetaraan, dan perlindungan lingkungan.

Etika bisnis membimbing maskapai dalam mengambil putusan yang bukan hanya menguntungkan pemegang saham, tetapi juga memperhitungkan akibatnya terhadap *pemegang kepentingan* lainnya, seperti orang yang dipekerjakan, pelanggan, pemasok, dan

manusia luas. Sementara itu, tanggung jawab sosial maskapai melibatkan implementasi kebijakan dan inisiatif yang mendukung pengembangan berkelanjutan, inklusivitas, dan kesejahteraan sosial.

Bersama pendekatan holistik terhadap etika dan tanggung jawab sosial maskapai, maskapai dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas di antara pemangku kepentingan mereka. Ini bukan hanya tentang mematuhi regulasi dan norma-norma hukum, tetapi juga tentang menginternalisasi nilai-nilai moral yang menciptakan akibat positif dalam manusia. Dengan demikian, etika dan tanggung jawab sosial maskapai menjadi fondasi terpenting dalam membentuk peran maskapai sebagai agen perubahan positif dalam dunia bisnis global.

## **2.2 Etika**

### **2.2.1. Pengertian Etika**

Etika <sup>2</sup> acap kali diartikan sebagai suatu konsep yang berkaitan dengan tata krama, sopan-santun, pedoman moral, dan norma susila. Dalam lingkungannya, etika membahas nilai dan norma moral yang mengarahkan perilaku manusia, baik sebagai individu maupun kelompok, serta institusi di dalam manusia. Norma, di sisi lain, yaitu aturan atau konvensi yang berlaku dalam manusia, baik secara eksplisit maupun implisit, dan dapat bersifat informal dan tradisional (Iqbal, Machmud and Hartati, 2023). Etika juga yaitu suatu disiplin pengetahuan yang mengkaji standar moral yang menjadi landasan nilai yang kita anut. Tujuan utama dari bidang pengetahuan etika adalah agar merumuskan standar moral yang dapat dipahami dan diberikan justifikasi (Velasquez, 2018).

Kata "etika" datang dari bahasa Yunani, yaitu "ethos", yang diartikan secara identik dengan moral atau moralitas. Moral atau moralitas dalam konteks ini digunakan agar menilai baik atau jelek, benar atau salah terhadap suatu perbuatan. Moralitas merujuk pada nilai-nilai

yang diakui atau diyakini kebenarannya dalam lingkungan manusia. Penerapan moralitas dalam kehidupan acap kali berfokus pada konsep keadilan, sebagai keseimbangan antara hak dan kewajiban. Etika juga dipandang memiliki pemahaman lebih luas dari konteks moralitas (Agus Arijanto, 2012).

Pemberlakuan moral atau moralitas dalam kehidupan cenderung mengedepankan prinsip keadilan, yang melibatkan keseimbangan antara hak dan kewajiban. Komitmen moral mencakup nilai-nilai seperti persaudaraan, kejujuran, kerjasama, kasih-sayang, kemurahan hati, tanggung jawab, loyalitas, disiplin, integritas pribadi, dan pemberlakuan yang bersifat manusiawi. Dalam konteks integritas pribadi, setiap individu diharapkan memiliki rasa malu, rasa bersalah, dan rasa penyesalan. Elemen-elemen dalam moralitas acap kali menggunakan elemen budaya dan adat sebagai landasan nilai-nilai tersebut.

### 2.2.2. Moralitas

Moralitas yaitu konsep yang mencakup praktik dan kegiatan yang membedakan antara perilaku yang dianggap baik dan jelek, termasuk aturan-aturan yang mengatur perilaku tersebut serta nilai-nilai yang dipegang teguh atau dijadikan tujuan oleh praktik dan kegiatan tersebut. Asal usul kata "moral" datang dari bahasa Latin MOS (Moris), yang berarti kebiasaan, tata cara hidup, dan tradisi. Individu yang memiliki moralitas yang baik dapat dilihat dari perbuatan yang mereka lakukan, karena perbuatan tersebut yaitu bagian integral dari moralitas seseorang. Oleh karena itu, suatu perilaku dianggap bermoral apabila sesuai dengan nilai-nilai moral yang berlaku dalam lingkungan sosial individu tersebut.

Moralitas dianggap sebagai motivasi yang mendasari dan mendorong individu agar bertindak secara etis. Moralitas dianggap sebagai bagian yang kuat dan berkembang dalam jiwa manusia, karena setiap orang memiliki aspek moralitas. Dengan moralitas, seseorang dapat memahami makna kehidupan dan merintis cara hidup yang lebih baik.

### 2.2.3 Teori Etika

Secara prinsip, teori-teori etika terdiri dari prinsip-prinsip umum yang bertindak sebagai dasar agar semua aturan etika atau penilaian moral. Teori-teori etika ini berperan sebagai panduan dalam pengambilan putusan ketika seseorang dihadapkan pada dilema etika. Dilema etika timbul ketika alasan agar melakukan suatu perbuatan sejalan dengan alasan agar tidak melakukannya. Dalam menghadapi dilema ini, para ahli etika mencari solusi dengan meminta pandangan dari pihak yang dianggap paling etis dan memahami prinsip-prinsip etika. Prinsip Etika terbagi atas menjadi empat 4 bagian terpenting yaitu(Ekasari, 2020) :

#### 1. Teori Teleologi

Teleologi datang dari gabungan kata Yunani "telos" yang berarti tujuan dan "logos" yang merujuk pada perkataan. Konsep teleologi adalah suatu ajaran yang menjelaskan bahwa segala sesuatu dan setiap kejadian memiliki arah menuju tujuan tertentu. Istilah teleologi diperkenalkan oleh Christian Wolff, seorang filsuf Jerman pada abad ke-XVIII. Dalam konteks etika teleologi, penilaian baik dan jelek suatu perbuatan didasarkan pada tujuan yang diinginkan atau akibat yang dihasilkan oleh perbuatan tersebut.

Teleologi dapat diartikan sebagai evaluasi moral terhadap kebaikan atau kejelekan suatu perbuatan. Meskipun suatu perbuatan dianggap melanggar norma hukum, apabila tujuannya positif dan memberi akibat yang baik, maka perbuatan tersebut dianggap baik. Sebagai contoh, meskipun mencuri dianggap sebagai perbuatan negatif, namun apabila dilakukan agar menyelamatkan nyawa seseorang, perbuatan tersebut dapat diterima dalam perspektif teleologi. Namun, pandangan ini dapat membahayakan tatanan manusia, sehingga perlu diingat bahwa tujuan yang baik harus

selalu diiringi oleh perbuatan yang sesuai dengan norma hukum. Selain itu, etika teleologi menjadi dasar bagi munculnya aliran-aliran seperti egoisme dan utilitarianisme.

## 2. Teori Egoisme

Egoisme adalah suatu teori yang menempatkan kepentingan pribadi sebagai prioritas utama dalam proses pengambilan putusan (Duska, 2007). Dalam situasi di mana terjadi konflik antara kepentingan individu dan kepentingan manusia, egoisme menyarankan agar mengambil perbuatan yang mengutamakan kepentingan diri sendiri. Pandangan ini menekankan bahwa seseorang seharusnya selalu bertindak demi kebaikan pribadinya.

## 3. Teori Utilitarianisme

Utilitarianisme adalah suatu pendekatan penilaian terhadap perbuatan atau kegiatan berdasarkan penilaian baik dan jeleknya dengan mempertimbangkan kepentingan kolektif. Pendekatan ini dapat melegitimasi suatu perbuatan yang mungkin dianggap tidak etis secara deontologis, asalkan tujuan atau akibatnya memberi manfaat bagi banyak orang. Utilitarianisme memberi nilai tinggi pada kebebasan individu dalam pengambilan putusan moral. Tidak ada desakan atau tuntutan bahwa seseorang harus bertindak secara khusus tanpa alasan yang jelas. Oleh karena itu, penilaian terhadap kebaikan suatu perbuatan didasarkan pada kriteria rasional, bukan sekadar mengikuti tradisi atau perintah tanpa pertimbangan yang mendalam.

## 4. Teori Deontologi

Deontologi datang dari kata Yunani "deon," yang berarti kewajiban. Konsep deontologi menyatakan bahwa etika suatu perbuatan didasarkan pada kewajiban, tanpa memandang konsekuensinya terhadap diri sendiri maupun orang lain. Kepatuhan terhadap aturan atau hukum menjadi dasar seseorang bertindak secara etis, di mana kebaikan suatu perbuatan tidak dinilai dari hasilnya, melainkan karena perbuatan tersebut dianggap sebagai kewajiban. Terpenting agar diingat bahwa mencapai tujuan yang baik tidak selalu menghasilkan perbuatan yang baik, dan melibatkan diri dalam perbuatan jahat demi tujuan yang baik tetap dihindari dalam perspektif deontologi.

## **2.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

### **2.3.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) melibatkan sumber daya manusia di sekitar maskapai sebagai bentuk kepedulian sosial dan upaya dalam mengembangkan kegiatan bisnis. CSR bukan hanya tentang mencapai keuntungan uang, tetapi juga tentang membangun citra maskapai yang baik di mata manusia (Iqbal, Machmud and Hartati, 2023).

*Corporate Social Responsibility* (CSR), atau tanggung jawab sosial maskapai, merujuk pada komitmen berkelanjutan suatu maskapai agar berperilaku secara etis dan memberi kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi. Seiring itu, maskapai juga bertujuan agar meningkatkan kualitas hidup orang yang dipekerjakan beserta keluarganya, serta memberi akibat positif pada komunitas lokal dan manusia umum (Nurlela, 2019) Sejalan dengan pandangan tersebut, (Zetta, Raharjo and Resnawaty, 2022) mendefinisikan CSR sebagai konsep yang menitikberatkan pada tanggung jawab sosial dan lingkungan maskapai di luar aspek utama mencari keuntungan uang.

Definisi CSR mengajak maskapai agar secara sungguh-sungguh meminimalkan akibat negatif dan maksimalkan akibat positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tujuannya adalah mencapai keberlanjutan dengan melibatkan maskapai dalam memberi manfaat yang berkelanjutan bagi manusia. Meminimalkan akibat negatif adalah bagian integral dari upaya memberi manfaat pada saat ini dan di masa yang akan datang.

### **2.3.2 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Manfaat yang diperoleh dari implementasi Tanggung Jawab Sosial Maskapai (CSR) memiliki akibat positif bagi maskapai itu sendiri, manusia, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya. menjelaskan beberapa manfaat yang dapat diraih bersama CSR (Fatmawatie, 2017), antara lain:

- a. Bagi Maskapai:
  - 1) Pertumbuhan berkelanjutan maskapai dan citra positif di manusia.
  - 2) Kemudahan akses maskapai terhadap modal.
  - 3) Pemeliharaan sumber daya manusia berkualitas.
  - 4) Peningkatan kemampuan pengambilan putusan kritis dan pengelolaan risiko yang lebih efektif.
- b. Bagi Manusia: Praktik CSR yang baik dapat meningkatkan nilai tambah maskapai di suatu daerah dengan menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sosial di wilayah tersebut. Pekerja lokal yang dipekerjakan mendapatkan perlindungan hak-hak pekerja, dan praktek CSR menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal, terutama apabila melibatkan manusia adat.
- c. Bagi Lingkungan: Implementasi CSR dapat mencegah eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan mengurangi tingkat



polusi, dan memastikan maskapai turut mempengaruhi lingkungannya secara positif.

- d. Bagi Bangsa : Praktik CSR yang baik dapat mencegah perbuatan "corporate misconduct" atau malpraktik bisnis, seperti penyuaan pada aparat bangsa atau aparat hukum, yang dapat memicu tingkat korupsi yang tinggi. Selain itu, bangsa akan mendapatkan pendapatan pajak yang wajar dan tidak diselundupkan oleh maskapai.

### **2.3.3 Landasan Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Dalam kaitannya dengan Tanggung Jawab Sosial Maskapai (*Corporate Social Responsibility* (CSR)), yang termasuk dalam ranah hukum ekonomi, sejak tahun 2007, model kebijakan hukumnya telah diatur sebagai kewajiban yang dilengkapi dengan sanksi (*Mandatory*), terutama bagi maskapai yang beroperasi di sektor sumber daya alam. Hal ini terlihat sejak diberlakukannya Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu pendekatan di mana maskapai mengintegrasikan aspek kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi dengan para Pemegang kepentingan, dengan berlandaskan prinsip kemitraan dan kesukarelaan. CSR dianggap sebagai kewajiban yang harus dipatuhi oleh maskapai sesuai dengan ketentuan Pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT). Pasal 74 ayat 1 mengatur mengenai kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi maskapai yang bergerak di bidang atau terkait dengan Sumber Daya Alam (SDA). Selanjutnya, ayat 2 membahas perhitungan biaya dan prinsip kepatutan serta kewajaran, ayat 3 membicarakan sanksi, dan ayat 4 menyentuh aspek regulasi lebih lanjut.

### **2.3.4 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Orang yang dipekerjakan**

Implementasi Tanggung Jawab Sosial Maskapai (CSR) terhadap orang yang dipekerjakan atau tenaga kerja menjadi suatu aspek yang sangat terpenting, terutama mengingat banyaknya demonstrasi buruh yang menuntut perbaikan upah dan perlindungan kerja. Hal ini sejalan dengan konsep CSR sebagai usaha agar meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, sebagaimana dinyatakan oleh *The World Business Council for Sustainable Development* (Fajar, 2010).

Berbagai bentuk tanggung jawab terhadap orang yang dipekerjakan melibatkan:

- a. Proses seleksi dan penempatan pegawai yang transparan, melibatkan partisipasi calon pegawai dari sekitar komunitas.
- b. Penetapan posisi jabatan, gaji, dan pengupahan, serta promosi jabatan tanpa memandang aspek seperti agama, jenis kelamin, suku bangsa, senioritas, dan asal bangsa.
- c. Kepatuhan terhadap peraturan dan Undang-Undang ketenagakerjaan yang dikeluarkan oleh Pemerintah.
- d. Menyediakan rasa aman dengan mengikutsertakan orang yang dipekerjakan dalam program asuransi tenaga kerja (pensiun dan kecelakaan kerja), asuransi keluarga, dan perlindungan terhadap pelecehan seksual.
- e. Memberi peluang yang setara bagi orang yang dipekerjakan laki-laki dan perempuan di semua tingkatan agar mengikuti program studi lanjut atau pelatihan yang meningkatkan kompetensi.
- f. Memberi kebebasan beribadah kepada semua orang yang dipekerjakan.

Seluruh kegiatan tersebut dapat diwujudkan oleh maskapai bersama berbagai cara, seperti menangani keluhan bersama konseling dan menyediakan kotak saran, serta menjadwalkan rapat rutin harian, mingguan, dan bulanan. Tanggung jawab maskapai terhadap orang

yang dipekerjakan lebih mengutamakan perhatian terhadap semua kebutuhan orang yang dipekerjakan.

### 2.3.5 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Konsumen

Dalam konsep Tanggung Jawab Sosial Maskapai (CSR), perlindungan dan pelayanan kepada konsumen bukan hanya terbatas pada isu pelanggaran hukum terkait produk dan jasa. Lebih dari itu, pelaksanaan CSR dalam konteks perlindungan dan pelayanan konsumen diartikan sebagai sebuah kewajiban moral agar memberi yang terbaik bagi konsumen. Selain mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku, korporasi atau maskapai juga memiliki tanggung jawab moral terhadap konsumennya.

Beberapa hak konsumen yang terinspirasi dari *Consumers Bill of Right* 1962, yang membentuk dasar hak konsumen (Fajar, 2010), melibatkan:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.
- b. Hak mendapatkan informasi mengenai spesifikasi produk dengan mencantumkan label yang benar, termasuk kampanye iklan yang konsisten dengan produksi dan distribusi produk.
- c. Hak konsumen agar didengarkan, di mana maskapai dapat membuka saluran komunikasi bersama kotak saran atau nomor telepon.
- d. Hak memilih barang yang akan dibeli oleh konsumen.
- e. Hak mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan secara patut.
- f. Hak mendapatkan bimbingan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, dan tanpa diskriminasi.
- h. Hak agar mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau standar yang seharusnya.

### 2.3.6 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Manusia

Pengembangan manusia, menurut definisi dari *The World Business Council for Sustainable Development*, dalam kerangka *Corporate Social Responsibility (CSR)*, diukur berdasarkan peningkatan taraf hidup manusia. Hal ini merujuk pada nilai-nilai keadilan dan kesetaraan dalam kesempatan, pilihan, partisipasi, timbal balik, dan kebersamaan.

Dalam pelaksanaannya, CSR terhadap manusia memerlukan peran tiga pilar ekonomi suatu bangsa, yaitu pemerintah, manusia, dan korporasi (maskapai). Maskapai, bersama-sama dengan pemerintah, diharapkan berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan sosial, meningkatkan standar kehidupan, dan secara umum memajukan pengembangan manusia.

Dalam usaha memperbaiki kesejahteraan manusia, terdapat tiga tingkatan kegiatan program CSR, sebagaimana dijelaskan oleh (Murdiyanto, 2012):

- a. Kegiatan program CSR yang bersifat charity, dengan akibat sesaat dan hanya menyelesaikan masalah sesaat. Meskipun relevan, diperlukan pendekatan CSR yang lebih berorientasi pada peningkatan produktivitas dan mendorong kemandirian manusia.
- b. Kegiatan program CSR yang membantu usaha kecil, namun acap kali bersifat parsial dan terpisah dari kegiatan bidang pendidikan, ekonomi, kesehatan, dan pengembangan infrastruktur. Meskipun dapat meningkatkan produktivitas, dapat cenderung meningkatkan ketergantungan manusia pada maskapai.
- c. Kegiatan program CSR yang berorientasi membangun daya saing manusia, dengan memberdayakan mereka bersama berbagai kegiatan. Ini mencakup pendekatan yang lebih holistik dalam meningkatkan keberlanjutan dan kemandirian manusia.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agus Arijanto (2012) *Buku-Etika-Bisnis-Bagi-Pelaku-Bisnis, Buku Etika Bisnis Bagi Pelaku Pembisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Duska, R. (2007) *Contemporary Reflections on Business Ethics*. Springer Netherlands.
- Ekasari, K. (2020) *Etika bisnis*.
- Fajar, M. (2010) *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fatmawatie, N. (2017) 'Tanggungjawab Sosial Perusahaan', *Stain Kediri Press*, pp. 125–162.
- Iqbal, M., Machmud, M. and Hartati (2023) 'Etika Bisnis Penerbit Cv.Eureka Media Aksara'.
- Murdiyanto, E. dan M. K. (2012) *Membangun Kemitraan Agribisnis: Inovasi Program Corporate Social Responsibility (CSR)*. Semarang: Yayasan Bina Karta Lestari.
- Nurlela, L. W. (2019) *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Myria Publisher.
- Velasquez, M. G. (2018) *Business Ethics; Concepts and Cases*. 8th ed. Pearson.
- Zetta, Z. Z., Raharjo, S. T. and Resnawaty, R. (2022) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Di Perusahaan', *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Manusia (JPPM)*, 2(3), p. 539. doi: 10.24198/jppm.v2i3.37123.

## **BIODATA PENULIS**



### **Fauzie Senoaji, SE., M.SEL., CHRA**

Dosen Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen Universitas Airlangga dan melanjutkan S2 pada Jurusan Ekonomi Islam di Universitas Airlangga. Penulis menekuni bidang menulis baik penulisan fiksi maupun non fiksi. Penulis juga aktif dalam kegiatan pengajaran bahasa Inggris, Belanda dan Jerman. Penulis juga aktif dalam berbagai kegiatan organisasi kemanusiaan. Penulis juga aktif dalam penelitian dan conference baik yang diadakan di dalam dan luar negeri.

# Turinitin\_Pengantar Manajemen

---

## ORIGINALITY REPORT

---

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1

[press.umsida.ac.id](http://press.umsida.ac.id)

Internet Source

12%

2

[repository.penerbiteureka.com](http://repository.penerbiteureka.com)

Internet Source

6%

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 5%

Exclude bibliography On