

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA PT MAJU JAYA DI PARE – JAWA TIMUR

Lina Juliana Haurissa dan Maria Praptiningsih

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: linajulianah_10242@yahoo.com, mia@peter.petra.ac.id

Abstrak— Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan etika bisnis yang mana diterapkan pada PT Maju Jaya. Sehingga, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis pada PT Maju Jaya di Pare – Jawa Timur”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif supaya mendapatkan informasi dengan cermat untuk mengetahui penerapan etika bisnis pada PT Maju Jaya dimana penerapan konsep ini dilakukan menggunakan teknik wawancara terhadap tiga informan yaitu direktur PT Maju Jaya, ketua divisi keuangan PT Maju Jaya dan pelanggan tetap PT Maju Jaya. Selain itu, peneliti melakukan observasi untuk mendukung hasil dari penelitian ini.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam PT Maju Jaya belum baik dalam menerapkan etika deontologi. Etika bisnis yang diterapkan oleh PT Maju Jaya lebih dominan dengan menetapkan etika relativisme dan etika utilitarianisme. Sehingga dapat dikatakan implementasi etika bisnis dalam perusahaan ini belum sempurna.

Kata Kunci— etika bisnis, teori teleologi, etika hedonisme, etika utilitarianisme, etika relativisme, etika deontologi.

I. PENDAHULUAN

Etika menjadi persoalan yang penting dalam aktifitas bisnis saat ini, bahkan etika menjadi pusat sorotan bisnis kontemporer (Caza, Barker, dan Cameron, 2004). Menurut Crane dan Matten, etika bisnis saat ini menjadi topik bisnis yang sangat penting untuk diperdebatan dan menimbulkan dilema di sekitarnya. Etika bisnis cenderung untuk menarik sejumlah besar perhatian dari berbagai pihak (dalam Indouan, 2008). Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah, yang berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis (Velasques, 2005). Dalam dunia bisnis etika memiliki peranan yang sangat penting ketika keuntungan bukan lagi menjadi satu-satunya tujuan organisasi. Menurut Kerin et al, etika adalah prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur tindakan dan keputusan dari seorang individu atau kelompok (dalam Story & Hess, 2010). Hal tersebut membuktikan bahwa pebisnis selaku individu yang berperan penting dalam berbisnis tidak terlepas dari prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang dianut. Perilaku yang tidak etis seperti penyalahgunaan penentuan harga terhadap suatu produk atau jasa yang di tawarkan, tidak adanya kesejahteraan dalam organisasi, perlakuan tidak adil terhadap karyawan, tidak etis saat menajalin kerjasama dengan sesama rekan bisnis, tidak adanya tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta berbagai pelanggaran etika lainnya.

Hal ini dapat menjadi sesuatu yang serius mengingat perilaku yang tidak etis dapat menjurus kearah tindakan kriminal serta perilaku lain yang merugikan perusahaan, baik finansial maupun nonfinansial. Banyak sebab yang menjadikan perilaku yang tidak etis yang muncul. Ini bukan hanya terkait pada individu saja, tetapi juga menyangkut

keseluruhan proses dalam organisasi. Manajemen merupakan pendorong organisasi agar mempunyai etika bisnis yang sesuai dengan organisasi, sehingga tindakan kurang etis dapat di cegah.

Menurut Carson dan Ghorpade, komunitas bisnis mengakui adanya pengaruh dari sifat lingkungan kerja (dalam Waples, Antes, Murphy, Connelly, & Mumford, 2009). Pendapat tersebut di dukung dengan pendapat LeClair dan Ferrell, dimana perkembangan zaman sekarang ini secara drastis mempengaruhi perilaku etis ditambah dengan perkembangan teknologi telah membuat perubahan yang serba cepat dan *high impact* terhadap keputusan yang menjadi bagian dari pekerjaan sehari-hari. (dalam Waples, Antes, Murphy, Connelly, & Mumford, 2009). Pergeseran ini memiliki makna yang penting untuk dibawa kedepan harinya untuk pendidikan etika terhadap dunia pendidikan dan para pelaku profesional dalam bisnis

Dengan adanya fenomena-fenomena yang terjadi, ini membuktikan bahwa bisnis yang dijalankan bertentangan dengan etika bisnis. Etika bisnis memiliki lima prinsip-prinsip yaitu prinsip otonomi, keadilan, kejujuran, saling menguntungkan dan integritas moral (Keraf dalam Sutrisna, 2010). Keraf mengemukakan bahwa prinsip otonomi merupakan kemampuan seseorang bertindak berdasarkan kesadaran dirinya sendiri tanpa adanya pengaruh dari pihak lain. Sedangkan prinsip kejujuran adalah sifat terbuka dan memenuhi syarat-syarat dalam sebuah perjanjian kontrak bisnis. Prinsip keadilan menurut Keraf, menuntut seseorang untuk bersikap sama secara objektif, rasional, dan dapat dipertanggungjawabkan. Prinsip-prinsip etika bisnis menurut Keraf di perkuat dengan pendapat menurut Gundlach dan Murphy, bahwa dasar-dasar etika terdiri dari: kesetaraan (saling menguntungkan), *promise principle* (tugas untuk menjaga janji/komitmen), dan moralitas terhadap tugas dan tanggung jawab (mengikuti aturan yang berlaku dan tidak secara sadar melakukan tindakan yang merugikan satu sama lain) (dalam Piercy & Lane, 2007).

Dari kelima prinsip bisnis menurut Keraf tersebut, Adam Smith mengatakan bahwa prinsip yang paling keadilan merupakan prinsip yang paling pokok (dalam Sinuor, 2009). Prinsip keadilan menjadi jiwa bagi aturan bisnis dan semua praktek bisnis yang melanggar prinsip harus dilarang. Praktek bisnis yang melanggar prinsip keadilan antara lain monopoli, kolusi, nepotisme, manipulasim hak istimewa, perlindungan politik, dan lain-lain. Monopoli sendiri memiliki batasan seperti halnya yang terjadi pada PT Aqua Golden Mississippi yang ditulis dalam Antara News, bahwa pangsa pasar PT Aqua Golden Mississippi melebihi 50% di Indonesia yang membuat perusahaan ini terancam karena memonopoli pasar Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) (Ariwibowo, 2011). Selain Aqua, hal ini juga terjadi pada peluang elektronik illegal asal China dan Singapura yang menguasai 40% pasar elektronik di Indonesia yang tertulis pada Indo pos (dalam Sutrisna, 2010).

Hal ini membuktikan bahwa etika bisnis merupakan unsur penting supaya siklus hidup suatu bisnis dapat bertahan lama, atau bahwa etika merupakan prasyarat tumbuhnya sikap-sikap moral, khususnya sikap saling percaya, jujur, adil, dan tanggung jawab. Zaman berubah menuntut individu dan perusahaan berubah pula. Tataan nilai terhadap etika pun ikut mengalami perubahan. Memang benar tidak

semua etika yang lama menghilang, namun banyak bermunculan tata nilai etika baru yang dianggap lebih sesuai dengan masa kini.

PT Maju Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspedisi di Pare, Kediri, Jawa Timur. PT Maju Jaya juga telah menjadi perusahaan yang fokus kepada ekspedisi darat selama 27 tahun dengan tujuan Pare, Kediri, Wates, Blitar, Tulungagung dan Surabaya. Selain itu, PT Maju Jaya memberikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta *supplier* (distributor dan pabrik) maupun karyawan dalam kinerjanya selama ini. Hal ini terbukti bahwa PT Maju Jaya telah melayani para pelanggannya selama 27 tahun. PT Maju Jaya berkomitmen mengutamakan keprofesionalan sebagai salah satu kunci utama dalam kelangsungan bisnisnya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penelitian ini difokuskan kepada etika dalam berbisnis mana yang diterapkan pada PT Maju Jaya. Sehingga penulis mengambil judul "Analisis Penerapan Etika Bisnis Pada PT Maju Jaya Di Pare – Jawa Timur." Maka perumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis penerapan etika bisnis apa yang diterapkan di PT Maju Jaya.

Etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang menurut Keraf (1998) adalah adat istiadat atau kebiasaan. Perpanjangan dari adat istiadat membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturan, dan aturan-aturan tersebut ternyata telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku. Pengertian moral menurut Velasquez (2005) bahwa moral memang mampu mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Sehingga etika dan moralitas berbeda, etika perlu dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya.

Terdapat banyak versi dari definisi etika bisnis dari berbagai pihak, dan berikut adalah beberapa definisi etika bisnis:

- Menurut Laura Nash (1990), etika bisnis sebagai studi mengenai bagaimana norma moral personal diaplikasikan dalam aktivitas dan tujuan perusahaan (dalam Sutrisna, 2010).
- Etika bisnis adalah istilah yang biasanya berkaitan dengan perilaku etis atau tidak etis yang dilakukan oleh manajer atau pemilik suatu organisasi (Griffin & Ebert, 2007).
- Menurut Velasquez (2005), etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.
- Menurut Irham Fahmi (2013), etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima. Dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.

Etika teleologi menilai suatu tindakan itu baik atau buruk dari sudut tujuan, hasil sasaran, atau keadaan optimum yang dapat dicapai (Sutrisna, 2010). Suatu tindakan dinilai baik, kalau bertujuan mencapai sesuatu yang baik, atau kalau akibat yang ditimbulkan baik dan berguna (Fahmi, 2013). Dari teori ini berkembangnya teori lain, yaitu: egoism dan utilitarianisme.

Hedonisme berlaku kaidah, bertindaklah sedemikian rupa sehingga mencapai kenikmatan yang paling besar bagimu atau hindari semua ketidaknikmatan (Sutrisna, 2010). Menurut Sutrisna (2010), etika hedonisme memiliki dorongan untuk mencari kenikmatan, kegembiraan, atau kesenangan dan sebaliknya menaui serta mencegah rasa sakit atau ketidaksenangan dalam hidup manusia adalah sesuatu yang manusiawi.

Menurut Sutrisna (2010), prinsip pokok yang harus dikedepankan dalam berbuat adalah asas manfaat/keuntungan. Sumber kesenangan diukur menurut intensitas dan lamanya perasaan tersebut, akibatnya, dan lain-lain. Perilaku dan perbuatan manusia dikatakan baik jika mendatangkan keuntungan dan kegunaan (Fahmi, 2013). Menurut

Bertens (2013), utilitarianisme adalah perbuatan yang dikatakan baik jika membawa manfaat, tapi manfaat tersebut harus menyangkut bukan saja satu atau dua orang melainkan masyarakat sebagai keseluruhan.

Teori ini berpendapat bahwa etika itu bersifat relative (Fahmi, 2013). Menurut Faisal Badroen masalah lain yang timbul dalam praktiknya adalah *self-centered* (egois), fokus pada diri manusia individu mengabaikan interaksi dengan pihak luar sistem dan pembuat keputusan tidak berfikir panjang, semua bergantung kriterianya sendiri (dalam Fahmi, 2013).

Teori deontologi menurut Keraf, merupakan suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan tersebut, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri (dalam Fahmi, 2013). Atas dasar itu, etika deontologi sangat menekankan motivasi, kemauan baik, dan watak yang kuat dari pelaku (Sutrisna, 2010). Atau sebagaimana dikatakan Immanuel Kant, kemauan baik harus dinilai baik pada dirinya sendiri terlepas dari apapun juga (dalam Sutrisna, 2010). Menurut Sutrisna (2010) Ada tiga prinsip yang harus dipenuhi dalam menerapkan teori deontologi, yaitu:

- a. Supaya suatu tindakan punya nilai moral, maka tindakan itu harus dijalankan berdasarkan aturan, prosedur, atau kewajiban.
- b. Nilai moral dari suatu tindakan tidak ditentukan oleh tujuan atau hasil yang dicapai, melainkan tergantung pada kemauan baik yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tersebut.
- c. Sebagai konsekuensi dari dua prinsip tersebut, kewajiban adalah hal yang penting dari tindakan yang dilakukan berdasarkan sikap hormat pada hukum moral universal.

Dalam uraian teori etika bisnis maka, dalam penelitian ini menegaskan memakai teori deontologi. Hal ini terbukti bahwa deontologi memiliki banyak kelebihan dibandingkan teori-teori etika yang lain. Dalam suatu perbuatan pasti ada konsekuensinya, dalam hal ini konsekuensi perbuatan tidak boleh menjadi pertimbangan. Perbuatan menjadi baik bukan dilihat dari hasilnya melainkan karena perbuatan tersebut wajib dilakukan. Deontologi menekankan perbuatan tidak dihalalkan karena tujuannya. Tujuan yang baik tidak menjadi perbuatan itu juga baik. Dalam hal ini, tidak boleh melakukan suatu perbuatan jahat agar sesuatu yang dihasilkan itu baik. Misalkan tidak boleh mencuri, berdusta untuk membantu orang lain, mencelakai orang lain melalui perbuatan ataupun ucapan, karena dalam teori deontologi kewajiban itu tidak bisa ditawar lagi karena ini merupakan suatu keharusan dan memiliki pendirian yang teguh pada prinsip yang taat.

Menurut Keraf (1998), prinsip-prinsip etika yang berlaku dalam bisnis adalah (dalam Sutrisna, 2010): prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan, dan prinsip integritas moral.

Peranan etika dalam kegiatan bisnis antara lain, sebagai berikut:

- Etika harus menjadi pedoman dalam kegiatan masyarakat, dan seharusnya juga menjadi pedoman bagi pebisnis. Mana tindakan yang tepat, benar dan boleh dilakukan dalam bisnis yang diharapkan menguntungkan semua pihak yang terlibat (Satyanugraha, 2003).
- Etika berperan sebagai penghubung pelaku bisnis. Pelayanan purna jual tentu merupakan refleksi nilai atau etika bisnis yang diterapkan perusahaan untuk menjaga loyalitas konsumennya (Tjiptono, 2005).
- Etika juga berperan sebagai syarat utama untuk kelanggaan atau konsistensi perusahaan. Loyalitas konsumen akan dapat membantu perusahaan agar tetap bisa bertahan (Tjiptono, 2005).
- Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut diwujudkan dalam bentuk aturan hukum (Arman, 2011).
- Sebagai kontrol terhadap individu. Pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman

dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi (Arman, 2011).

- Etika bisnis hanya bisa berperan dalam suatu komunitas moral, tidak merupakan komitmen individual saja, tetapi tercantum dalam suatu kerangka sosial (Arman, 2011).

Perubahan yang cepat pada era globalisasi saat ini, menimbulkan masalah-masalah yang berkaitan dengan etika dalam berbisnis dan mengundang pro dan kontra dengan berbagai alasan. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa manfaat etika bisnis menurut Sutrisna (2010) adalah sebagai berikut:

- Sebagai moralitas, etika bisnis membimbing tingkah laku manusia agar dapat mengelola kehidupan dan bisnis menjadi lebih baik.
- Dapat mendorong dan mengajak orang untuk bersikap kritis dan rasional dalam mengambil keputusan berdasarkan pendapatnya sendiri, yang dapat dipertanggungjawabkannya.
- Dapat mengarahkan masyarakat untuk berkembang menjadi masyarakat yang tertib, teratur, damai, dan sejahtera dengan menaati norma-norma yang berlaku demi mencapai ketertiban dan kesejahteraan sosial.
- Sebagai ilmu pengetahuan, etika bisnis memberikan pemenuhan terhadap keingintahuan dan menuntut manusia untuk dapat berperilaku moral secara kritis dan rasional.

Adapun pendapat Sinour (2009) bahwa etika bisnis memberikan keuntungan dan membantu para pebisnis. Keuntungan yang dimaksud Sinour adalah sebagai berikut:

- Etika bisnis menyadarkan para pebisnis tentang adanya dimensi etis yang melekat dalam perusahaan yang dibangun.
- Etika bisnis memungkinkan para pebisnis untuk membuat pertimbangan-pertimbangan moral dan pertimbangan-pertimbangan ekonomis secara memadai.
- Etika bisnis memberi arah yang tepat bagi para pebisnis ketika akan menerapkan pertimbangan-pertimbangan moral-etis dalam setiap kebijakan dan keputusan bisnis demi tercapainya tujuan yang ditargetkan.

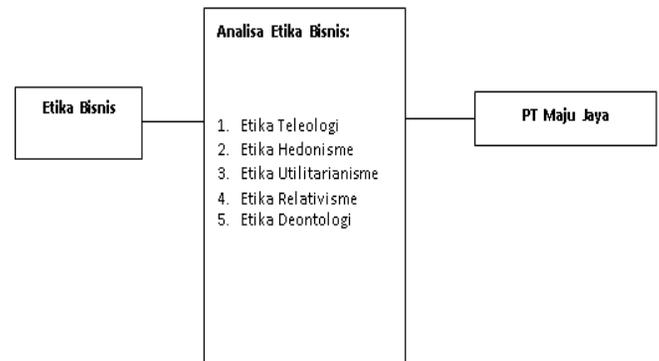
Diperlukan perbandingan antara etika bisnis dalam perusahaan dengan hukum yang berlaku di Indonesia. Perbandingan tersebut dimaksudkan agar dapat membuktikan apakah hukum di Indonesia telah memenuhi etika yang berlaku di masyarakat dan etika pada hakekatnya lebih tinggi daripada hukum. Hal ini terbukti dengan pendapat dari Arman (2011) bahwa, hukum akan mengkodifikasi harapan dari etika dalam melaksanakan kegiatan bisnis. Meskipun disadari tidak semua harapan etika tersebut dapat dipenuhi oleh hukum. Norma etika memang bersifat dinamis, tetapi begitu etika dituangkan dalam ketentuan hukum sifat dinamisnya menjadi berkurang/bahkan mungkin menjadi statis. Maka, hukum tentunya harus memperhatikan pula apabila adanya perubahan-perubahan.

Menurut Arman (2011) bahwa etika bisnis memiliki peranan yang lebih dibandingkan hukum, sebagai berikut:

- Hukum sebagai salah satu sarana/alat pengawasan (*social control*) yang efektif untuk mengendalikan praktek bisnis yang tidak sehat. Sebab hukum menetapkan secara tegas apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan, serta bentuknya yang tertulis memberi rasa aman bagi para pelaku bisnis, karena apabila terjadi pelanggaran sanksinya jelas.
- Bisnis tidak bisa lepas dari faktor hukum, tetapi hukum saja belum cukup untuk mengatur bisnis, dalam hal ini pula didukung faktor lain seperti etika. Bahkan pada taraf normatif, etika mendahului hukum. Mematuhi hukum dalam bisnis adalah suatu keharusan.
- Etika bisnis mendasari terbentuknya hukum (substentif) bukan sebaliknya hukum yang membentuk etika bisnis. Etika sebagai bagian/cabang dari filsafat (umum) yang mempelajari tentang tingkah laku manusia mengenai baik dan buruknya dalam kehidupan bermasyarakat.

- Filsafat hukum mempelajari tentang hakekat hukum, juga merupakan cabang filsafat (khusus). Keduanya (etika dan filsafat) pada dasarnya sama-sama membahas mengenai aturan tingkah laku manusia dalam kehidupan masyarakat dan dipraktekkan dalam kehidupan bermasyarakat.
- Etika berkaitan dengan tentang apa yang benar dan apa yang salah, sedangkan hukum cenderung dapat ditafsirkan sebagai masalah legal atau ilegal.
- Tidak semua etika diatur secara penuh oleh hukum, karena etika terus berkembang dalam kehidupan masyarakat yang mencerminkan pemikiran etis masyarakat dalam membangun etika bisnis, sedangkan hukum bersifat terbatas.
- Namun demikian hukum harus dapat mengkodifikasikan harapan dari etika, meskipun disadari bahwa tidak semua harapan etika tersebut dapat dipenuhi seluruhnya oleh hukum.

Kerangka Berpikir



Gambar 1 Kerangka Berpikir
Sumber: Diolah oleh Penulis (2014)

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2013). Terdapat 11 karakteristik dalam penelitian kualitatif, salah satunya yaitu deskriptif. Ciri dari deskriptif adalah bahwa data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2013).

Penelitian ini akan mendeskripsikan penerapan etika bisnis pada PT Maju Jaya. Penerapan etika bisnis dideskripsikan meliputi penerapan etika bisnis yang mana yang diterapkan di PT Maju Jaya berdasarkan etika teleologi, etika hedonisme, etika utilitarianisme, etika relativisme, dan etika deontologi.

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti, baik itu orang, benda, ataupun lembaga/organisasi. Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian (Azwar, 2013).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada PT Maju Jaya yang berlokasi di Jalan Kwagean 22 Kec.Pare, Jawa Timur, Indonesia. Perusahaan ini bergerak di bidang ekspedisi. Perusahaan ini mendistribusikan barang-barang seperti; pakan ternak, bahan pangan (beras, kecap, gula, dan terigu), marning, bahan serta alat bangunan

(paku, seng, besi, dan semen). Proses pendistribusian ini hingga mencakup wilayah Pare, Kediri, Wates, Blitar, Tulungagung dan Surabaya. Subjek pada penelitian ini adalah *owner* dari PT Maju Jaya yaitu Ibu Koo Megawati.

Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013).

Objek dalam penelitian ini adalah penerapan etika bisnis pada perusahaan ekspedisi yakni, PT Maju Jaya. Dimana penelitian penerapan etika bisnis mana yang diterapkan pada PT Maju Jaya.

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2013). Data kualitatif diperoleh dari berbagai macam teknik pengumpulan data seperti wawancara, analisis dokumen, dan observasi yang dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip). Bentuk data kualitatif juga bisa berupa foto maupun rekaman video.

Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu: sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari wawancara dan observasi yang dilakukan pada PT Maju Jaya, dan sumber data sekunder dari penelitian ini bersumber dari dokumen-dokumen perusahaan seperti profil perusahaan, sejarah perusahaan, serta dokumen-dokumen lain yang terkait dengan penelitian.

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan beberapa teknik yaitu: dengan teknik wawancara, peneliti akan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur (Sugiyono, 2013). Tujuannya untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancarai (*interviewee*) diminta pendapat dan ide-idenya tanpa terbatas hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara (*interviewer*). Serta peneliti melakukan observasi. observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis observasi tersamar. Dalam observasi tersamar peneliti akan menyatakan teras terang kepada sumber data bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. Jadi pihak yang diteliti mengetahui dari awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak teras terang atau tersamar dalam hal observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan teras terang maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang valid. Observasi ini dilakukan untuk melihat apakah penerapan nilai-nilai dalam perusahaan telah dilakukan sebagaimana mestinya atau tidak.

Dalam penelitian ini teknik penentuan informan yang digunakan adalah dengan *non-probability sampling*. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* penulis akan mengumpulkan sumber data dari informan di PT Maju Jaya, yaitu: Ibu Koo Megawati adalah *owner* dan direktur dari PT Maju Jaya, ketua divisi keuangan PT Maju Jaya, serta pelanggan tetap PT Maju Jaya.

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Menurut Sugiyono (2013), aktivitas dalam analisis data terbagi atas 3, yaitu: mereduksi data, penyajian data, dan kemudian melakukan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi untuk menguji keabsahan data yang digunakan. Peneliti memilih untuk menggunakan teknik triangulasi sumber. Dimana, triangulasi sumber merujuk pada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data berkenaan dengan persoalan yang sama (Pawito, 2007). Alasan penggunaan triangulasi sumber dikarenakan triangulasi sumber sesuai dengan kebutuhan dari penelitian yang ingin menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang

didapat, kemudian data tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan dan dianalisis hingga tercipta suatu kesimpulan.

PT Maju Jaya merupakan perusahaan jasa angkutan darat yang telah berdiri selama 27 tahun. Memiliki 15 armada kendaraan yang selalu siap melayani para konsumen. Dengan jalur pengiriman Surabaya, Pare, Wates, Kediri, Tulungagung, dan Blitar.

Awal berdirinya PT Maju Jaya hanya memiliki 2 buah armada, kemudian semakin berkembang hingga memiliki 25 armada, namun 10 tahun terakhir mengalami masa krisis hingga mengalami pengurangan armada, hingga berangsur-angsur berkurang menjadi 9 buah armada. Hal ini terjadi sampai sang pemilik meninggal dunia 2 tahun yang lalu, sehingga usaha tersebut di teruskan oleh sang istri dan anaknya. Dalam jangka waktu 2 tahun tersebut maju Jaya dapat berkembang lagi hingga memiliki 15 buah armada. PT Maju Jaya berdiri pada 24 Januari 1987, yang memang awalnya hanya memiliki sedikit pesaing, hingga kini usaha pengangkutan semakin berkembang. Namun, PT Maju Jaya tetap bertahan di tengah banyaknya persaingan. Hal ini terjadi karena maju Jaya selalu mengutamakan mutu pelayanan, serta keramahan. Pelayanan yang memuaskanlah yang membuat konsumen terus percaya dan menggunakan jasa maju Jaya.

III. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara dan observasi, PT Maju Jaya menerapkan penetapan harga didasarkan pada harga, manfaat dan biaya aktual. Hal tersebut terbukti dengan hasil wawancara pemimpin PT Maju Jaya yang menyatakan adanya garansi yang diberikan terhadap pelanggan dengan menggantikan barang yang rusak atau hilang sesuai dengan harga barang tersebut. Hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil wawancara divisi keuangan PT Maju Jaya dan pelanggan tetap PT Maju Jaya. Selain itu, pemimpin PT Maju Jaya menyatakan bahwa perusahaan melakukan penetapan harga berdasarkan manfaat atas jasa yang telah diberikan yang mempertimbangkan resiko yang ditanggung oleh perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan dari divisi keuangan dan pelanggan tetap PT Maju Jaya. Dimana pelanggan menyatakan bahwa PT Maju Jaya berusaha memberikan manfaat terhadap jasa yang ditawarkan dengan cara dilayani dengan baik dan memberikan jaminan atas barang yang diantarkan. Penetapan biaya aktual PT Maju Jaya juga telah dipertimbangan untuk dibebankan pada harga yang diberikan berdasarkan biaya langsung per setiap pengangkutan yang dilakukan menurut pernyataan pemimpin PT Maju Jaya, divisi keuangan dan pelanggan PT Maju Jaya. Pernyataan pemimpin PT Maju Jaya bahwa, penetapan biaya aktual dilakukan dengan mempertimbangkan biaya langsung yang dibebankan per setiap pengangkutan yang dilakukan. Sehingga, dapat diartikan bahwa penetapan harga yang diterapkan berdasarkan kepuasan memang diterapkan oleh PT Maju Jaya.

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, PT Maju Jaya menerapkan penetapan harga berdasarkan *relationship pricing* hanya dengan menerapkan *price bundling*. Dimana, perusahaan menetapkan perbedaan harga berdasarkan borongan dengan muatan maksimal 8 ton dan eceran dengan perhitungan kubikasi. Hal tersebut dibenarkan dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada pelanggan. Sedangkan penetapan harga dengan *long-term contracts* tidak dilakukan. Dikarenakan, perusahaan tidak melakukan penetapan harga dengan intensif harga dan non harga yang berpatokan hanya karena adanya kontrak dengan pelanggan yang bermaksud untuk mengikat diri antara perusahaan dan pelanggan. Masalah penetapan harga berdasarkan *efficiency pricing* tidak valid dikarenakan adanya perbedaan antara pendapat dari pemimpin dan pelanggan. Dimana, pelanggan merasakan bahwa terjadi pembebanan akibat penghematan biaya sehingga berdampak pada harga yang lebih murah. Namun, tidak demikian dengan pemimpin. Akan tetapi, hal ini diperkuat dengan pendapat dari salah seorang narasumber lainnya yaitu, karyawan divisi keuangan yang menegaskan bahwa ada terjadi penghematan biaya yang dibebankan ke

pelanggan agar, pelanggan lebih tertarik dan berbisnis dalam jangka panjang.

Penerapan harga berdasarkan konvensional pada PT Maju Jaya berdasarkan hasil wawancara dan observasi bahwa, penetapan harga *cost-based pricing* dan *demand-based pricing (value-based pricing)* yang diterapkan. Hal tersebut dikarenakan, perhitungan biaya-biaya finansial pada biaya pemberangkatan sekali angkut harus dapat memenuhi/menutupi biaya selama perjalanan dan untuk para supir serta penetapan harga tersebut konsisten terhadap manfaat yang diperoleh kepada pelanggan. Seperti memberikan harga yang sama setiap pengangkutan dalam jumlah yang sama sesuai waktu yang telah dijanjikan. Sehingga, pemanfaatan dari jasa yang kami tawarkan dapat dirasakan dan para pelangganpun terpuaskan. Hal tersebut juga dirasakan langsung oleh pelanggan. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan oleh divisi keuangan PT Maju Jaya yang menyatakan bahwa, penetapan harga pada perusahaan tidak berdasarkan penetapan harga oleh perusahaan lain dalam industri sejenis. PT Maju Jaya konsisten dengan persepsi pelanggan terhadap nilai atau manfaat yang diperoleh atas jasa yang ditawarkan sehingga, pelanggan tidak binggung dan ragu untuk memakai jasa dari PT Maju Jaya dalam jangka panjang. Hal ini terlihat dari pernyataan dari pelanggan PT Maju Jaya yang merasakan kepuasan tersendiri dalam pemberian harga yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan.

Namun, dari hasil wawancara dengan pelanggan PT Maju Jaya, penetapan harga berdasarkan kepuasan PT Maju Jaya lebih dominan menganut etika utilitarianisme, terkecuali pada penetapan harga dengan mempertimbangkan garansi yang menganut etika deontologi. Untuk penetapan harga berdasarkan *relationship* PT Maju Jaya menganut etika relativisme tergambar dari pernyataan oleh pelanggan PT Maju Jaya. begitupula pada penetapan harga berdasarkan konvensional, PT Maju Jaya menganut etika relativisme walaupun, pada hasil wawancara pada divisi keuangan telah menekankan secara konsisten terhadap pemberian manfaat kepada pelanggan.

PT Maju Jaya berusaha untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik dengan memperhatikan ketepatan waktu pengiriman dan memberikan rasa aman karena garansi yang diberikan akan diganti seharga barang yang hilang atau rusak akibat pengiriman yang dilakukan oleh PT Maju Jaya. Hal tersebut dinyatakan dengan hasil wawancara terhadap pelanggan dan observasi yang dilakukan. Dari hasil wawancara pemimpin PT Maju Jaya mengatakan bahwa perusahaan mengutamakan pelayanan yang baik, seperti ketepatan waktu pengiriman serta penggantian harga sesuai dengan harga barang bila terjadi kerusakan atau kehilangan. Semua kritikan serta saran dari para pelanggan selalu kami dengarkan agar perusahaan dapat memuaskan para pelanggan. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan divisi keuangan PT Maju Jaya bahwa, tentu saja perusahaan kami mengutamakan pelayanan yang baik. Perusahaan kami sangat memperhatikan ketepatan waktu pengiriman serta garansi yang diberikan seharga barang yang hilang atau rusak. Kemudian, pendapat pelanggan mengatakan bahwa, PT Maju Jaya mengedepankan kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan merasa diuntungkan dalam pelayanan ini karena PT Maju Jaya memperhatikan kebutuhan pelanggan. Sehingga, dalam transaksi tersebut tidak ada pihak yang dirugikan.

Tidak adanya promosi negatif dengan mendeskreditkan pesaing pada PT Maju Jaya. PT Maju Jaya percaya bahwa pelanggan sekarang lebih pandai dan lebih mampu memilih serta menilai perusahaan mana yang akan dipilih. Maka dari itu, PT Maju Jaya merasa rugi jika melakukan promosi negatif hanya untuk keuntungan sesaat. Hal itu terbukti bahwa pelanggan tetap yang telah di wawancarai sebagai narasumber atas penelitian ini telah bermitra selama 10 tahun. Demikian pendapat divisi keuangan PT Maju Jaya yang menyatakan bahwa, pelanggan sekarang lebih pandai dan selektif dalam memilih mitranya untuk berbisnis. Sehingga, perusahaan merasa tidak ada gunanya melakukan promosi negatif apa lagi dengan mendeskreditkan pesaing yang membuat kerugian akan kehilangan kepercayaan yang

dengan susah payah telah dibangun. Pelanggan PT Maju Jaya, mengatakan bahwa PT Maju Jaya tentu mengedepankan kepentingan konsumen hal itu terbukti bahwa pelanggan selama bertahun-tahun merasakannya. Masalah promosi negatif tidak pernah mendapati hal tersebut.

PT Maju Jaya mampu memprediksi posisinya dan pesaing dan apa yang perlu dipersiapkan kedepannya untuk menjadi lebih baik. Dalam hal menciptakan peluang, PT Maju Jaya termasuk cukup kreatif. Dimana, PT Maju Jaya perlahan merubah sistem kerja yang lama menjadi lebih baik dan juga mulai merambah keusaha lain yakni hasil bumi seperti, jagung. Hal tersebut dirasakan dapat menjadi peluang yang biasanya pelanggan beli dari perusahaan lain dan hanya memakai jasa dari PT Maju Jaya, sekarang PT Maju Jaya mampu menjadi produsen dan menjadi distributor sekaligus dengan menawarkan jasanya. Pernyataan pelanggan PT Maju Jaya tidak mengetahui masalah perusahaan dalam menetapkan estimasi posisi pesaing. Namun, pelanggan menyadari akan kekreatifan PT Maju Jaya dilihat dari perkembangan usahanya dari tahun ketahun. Saat ini, PT Maju Jaya berkembang bukan hanya untuk ekspedisi saja tetapi usaha di bidang hasil bumi tetapi dengan menggunakan jasa dari PT Maju Jaya.

Dari hasil tersebut dapat dinilai bahwa dalam etika berkompetisi, PT Maju Jaya menganut etika relativisme. Hal tersebut terlihat dari hasil wawancara dengan pelanggan PT Maju Jaya. Namun dari pihak PT Maju Jaya menegaskan untuk memberikan pelayanan yang baik dan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan.

Terdapat empat kewajiban yang harus dimiliki untuk menjalin hubungan dalam berbisnis, yaitu: berbisnis secara jujur, berbisnis secara adil, berbisnis secara bertanggungjawab dan berbisnis di antara hak dan kewajiban (Sinour, 2009). Dalam PT Maju Jaya, terkadang terjadi *complain* karena kesalahpahaman akan keberadaan barang yang diantarkan. Hal tersebut dinyatakan oleh pemimpin perusahaan maupun oleh pelanggan. Kesalahan tersebut sering terjadi akibat kelalaian pekerja perusahaan atau karena *force majeure* ataupun masalah *miss communication*. Namun, masalah tersebut dapat diatasi oleh perusahaan dengan menjelaskan kepada pelanggan yang membutuhkan kepastian secara terbuka dan tanpa menyesatkan atau memberikan informasi yang salah yang berorientasi pada keuntungan semata. Pemimpin PT Maju Jaya mengatakan perusahaan harus memberikan jasa yang terbaik. Bila hanya memikirkan keuntungan kami serta tidak memikirkan para pelanggan maka perusahaan tentu tidak akan bertahan lama. Contohnya saja perusahaan jasa bukan usaha yang mudah karena jika terjadi sebuah kesalahan yang kecil saja seperti pemberian informasi yang salah maka *power of mouth* dari satu pelanggan ke pelanggan lain sangat cepat menyebar ditambah lagi dengan kemajuan teknologi sekarang ini. Serta pernyataan divisi keuangan mengatakan juga bahwa, perusahaan berusaha untuk menjelaskan secara jujur bahwa apa yang terjadi terhadap barang yang dibawa oleh pekerja kami sudah sampai atau belum. Atau informasi lain masalah kesalahpahaman yang terjadi. Serta apa yang dikemukakan oleh pelanggan PT Maju Jaya, mengatakan bahwa dalam berbisnis semua pelanggan sama tanpa melihat status sosial karena untuk memuaskan pelanggan dibutuhkan pelayanan yang terbaik.

Hasil observasi pada PT Maju Jaya membuktikan bahwa memang adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan pelanggan untuk menjelaskan secara detail masalah yang terjadi. Dan untuk masalah keadilan pada PT Maju Jaya memang tidak ada perbedaan status sosial. Dari hasil wawancara yang dilakukanpun valid. Dalam berbisnis, perusahaan memperlakukan konsumen secara adil tanpa memandang status sosial, hal ini menurut pemimpini PT Maju Jaya, perusahaan memperlakukan semua pelanggan tentu secara sama tanpa membeda-bedakan, karena bagaimanapun juga mereka tetaplh pelanggan kami. Dan tentu pelanggan akan memberikan imbalan yang setimpal sesuai manfaat yang dirasakan terlebih lagi PT Maju Jaya adalah perusahaan jasa yang sangat sensitif dengan hal-hal demikian. Hal ini sesuai dengan pendapat divisi keuangan mengatakan bahwa, pelanggan tentu dilayani secara baik. Semuanya sama tidak ada yang

lebih diistimewakan atau didahulukan. Semua berdasarkan apa yang sudah dijanjikan. Dan tetap mengikuti antrian. Masalah status sosial tidak menjadi alasan siapa yang harus didahulukan/diistimewakan. Sejalan dengan pendapat dari pihak PT Maju Jaya, pelanggan juga mengatakan bahwa pelayanan dilakukan sesuai dengan antrian atau kebutuhan pelanggan tanpa membedakan.

Pemimpin PT Maju Jaya mengatakan bahwa pelanggan yang memilih mitra bisnis. perusahaan tentu akan melayani siapa saja selama masih dalam jangkauan wilayah pengiriman perusahaan sebaik-baiknya dan dengan harapan untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan para pelanggan. Tentu saja segala resiko yang timbul akibat perbuatan perusahaan kami akan ditanggungjawabkan sesuai dengan dampak yang timbul. Hal ini sesuai dengan pendapat dari divisi keuangan PT Maju Jaya yang juga mengatakan bahwa perusahaan tidak seandainya memilih mitra bisnis. Tetapi merekalah yang memilih PT Maju Jaya sebagai mitra bisnis. Dan segala resiko yang timbul akibat perbuatan perusahaan kami akan ditanggungjawabkan sesuai dengan dampak yang timbul. Tetapi pendapat tersebut tidak sesuai dengan pendapat dari pelanggan PT Maju Jaya yang menyatakan bahwa, setiap perusahaan bebas memilih mitra bisnisnya. Tentu saja jika suatu perusahaan telah memilihnya secara otomatis perusahaan juga yang bertanggungjawabkan hal-hal yang terjadi baik atau buruknya.

Kemudian contoh dari pertanggungjawaban Anda atas apa yang telah perusahaan lakukan adalah misalnya Toko Sejahtera di Surabaya ingin mengirimkan 10 karton cat kepada Toko Sukses di Kediri, maka perusahaan PT Maju Jaya tentu akan menerimanya, bentuk pertanggungjawabannya adalah tentu mengirimkan barang tersebut dengan perjanjian waktu 2 hari dari hari pengiriman. Bila barang terjadi kerusakan atau hilang perusahaan akan bertanggungjawab, dan bila saat pengiriman Toko Sukses tutup maka, barang tersebut akan kami bawa pulang ke kantor di Pare, dan PT Maju Jaya akan mengirimkan kembali besok harinya atau secepatnya bila rute yang dilewati memang yang jarang dilewati. Kemudian divisi keuangan mengatakan bahwa, contoh kongkrit yang sering terjadi di perusahaan kami ialah masalah kerusakan yang terjadi akibat kelalaian pekerja. Tentu saja akan digantikan seperti yang telah dijanjikan yaitu barang yang diantar diasuransikan senilai harga barang tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan pelanggan PT Maju Jaya, dimana pertanggungjawabannya sesuai dengan perjanjian awal.

Dalam PT Maju Jaya, hak dan kewajiban bersifat normative yang konsekuensinya harus ditaati oleh semua pihak. Perusahaan tentu harus memberikan pelayanan yang terbaik dan menuruti semua ketentuan dan peraturan yang ada. Masalah hak perlu diberikan secara adil sesuai dengan apa yang telah dilakukan. Sedangkan kewajiban perusahaan kami tentu harus berusaha melayani dengan hati demi memenuhi kepuasan pelanggan agar terciptanya kenyamanan dan kepastian dalam perusahaan dan menjalin hubungan dengan karyawan serta mitra bisnis kami. Pernyataan dari divisi keuangan PT Maju Jaya juga mengatakan yang sama dengan pemimpin PT Maju Jaya, dimana perusahaan berbisnis secara normatif, dimana semua konsekuensinya harus ditaati. Hal itu terbukti dengan segala ketentuan dan peraturan yang telah dibuat bersama dan ditaati bersama juga. Sejauh ini, tidak pernah dirasakan bahwa, tidak dipenuhinya haknya selama menjalankan tugas dan kewajibannya. Pernyataan pelanggan PT Maju Jaya bahwa, tentunya hak dan kewajiban perusahaan harus ditaati oleh semua pihak. Kepastian dan kenyamanan yang diketahui, PT Maju Jaya berusaha memberikan yang terbaik untuk para karyawannya dengan pemberian upah yang setimpal sesuai dengan standar pemerintah daerah. Kewajibannya tentu harus memenuhi tanggung jawab yang telah dibebankan kepada masing-masing pihak. Sehingga, dapat tercipta kenyamanan dan kepastian dalam perusahaan jika, hak dan kewajiban dapat sejalan.

Hubungan dengan relasi bisnis pun PT Maju Jaya bisa dikatakan tidak menganut deontologi karena hasil wawancara pelanggan PT Maju Jaya menunjukan ketidakpastian. Dan dari hasil wawancara pihak PT Maju Jaya juga mengatakan "berusaha" yang menyatakan ketidakkonsistenan dalam pemberian keterangan secara jujur. Hal

tersebut sudah bisa dipastikan bahwa PT Maju Jaya dalam hal etika ini menganut etika relativisme.

Dalam PT Maju Jaya tidak ada pelatihan ketrampilan kerja secara khusus. Namun, perusahaan menyadari bahwa pelatihan ketrampilan secara khusus penting untuk dilakukan. Pelatihan yang dilakukan hanya untuk meningkatkan *skill* dan *attitude* dalam perusahaan. PT Maju Jaya menerima calon karyawan yang berpengalaman dengan memberikan masa percobaan selama 3 bulan untuk mempertajam *skill* dan *attitude* yang dibutuhkan sesuai standar perusahaan. Pendapat tersebut sejalan dengan pernyataan dari divisi keuangan PT Maju Jaya, yang memberikan masa percobaan selama 3 bulan lamanya untuk menyeleksi calon karyawan. Dalam masa percobaan tersebut, para calon karyawan mendapatkan peningkatan *skill* serta *attitude*. Pernyataan pelanggan PT Maju Jaya menyatakan hal yang sama dengan pihak perusahaan. Penempatan yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan pada *skill* yang dimiliki oleh pekerja dan standar kerja perusahaan bukan berdasarkan aspek penghasilan. Pernyataan pemimpin PT Maju Jaya dan divisi keuangan bahwa, penempatan yang dilakukan tidak berdasarkan aspek penghasilan tetapi berdasarkan *skill* yang dimiliki sesuai standar kerja.

Kebijakan pengupahan dalam PT Maju Jaya didasarkan pada kebijakan pemerintah daerah dan pusat yang didasari Upah Minimum Kota (UMK) Pare tentunya yang dinyatakan oleh pemimpin PT Maju Jaya dan ketua divisi keuangan PT Maju Jaya. Tetapi bagi para supir, pengupahan berdasarkan pada jumlah angkutan yang dibawa tanpa mengabaikan UMK. Pernyataan dari pelanggan bahwa, pengupahan dilakukan dengan melihat kontribusi pekerja terhadap perusahaan tentunya sesuai dengan kebijakan upah yang ditetapkan oleh pemerintah. Pemahaman kepada seluruh pihak terkait agar melakukan penentuan pengupahan sesuai dengan undang-undang yang berlaku, maka pemimpin menjelaskan kepada para calon pekerja sejak awal sehingga, para calon pekerja paham betul akan kebijakan-kebijakan serta peraturan yang berlaku didalam perusahaan. Dengan demikian, interaksi yang terjalin dapat berlangsung hingga akhirnya para calon pekerja merasa cocok untuk bekerja pada PT Maju Jaya. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan yang dari ketua divisi keuangan PT Maju Jaya.

PT Maju Jaya tidak secara langsung bersama pemerintah daerah/pusat memberikan penjelasan kepada para pekerja bahwa upah bukan satu-satunya alasan untuk mensejahterakan para pekerja tersebut. Namun, PT Maju Jaya berusaha menjelaskan kepada pekerjanya bahwa kepercayaan, kebersamaan, dan komitmen serta jaminan sosial yang diberikan oleh PT Maju Jaya juga berperan penting untuk menjamin kesejahteraan tersebut. Menurut pelanggan PT Maju Jaya yang sedikit berbeda dimana sangat baik jika perusahaan menjamin seluruh pekerjanya. Dari hasil wawancara dan observasi, PT Maju Jaya tidak melakukan penyerahan sebagian maupun seluruh pekerjaan kepada perusahaan lain.

Sosialisasi yang disarankan oleh perusahaan kepada PT JAMSOSTEK tidak ada. Namun, inisiatif perusahaan dengan sendirinya melakukannya kepada para pekerja yang telah bekerja sekrurang-kurangnya satu tahun akan dijamin kepada PT JAMSOSTEK. Sehingga, para pekerja merasa aman dan sejahtera dengan adanya perlindungan sosial guna memenuhi kebutuhan dasar yang layak. Karena PT Maju Jaya sadar akan bahaya yang timbul dari usaha mereka. Dimana, sekarang ini marak terjadinya kecelakaan saat bekerja.

Pemerintah daerah/pusat tidak secara langsung memantau para pekerja. Perusahaan sendirilah yang mengawasi secara langsung ke profesionalan pekerjaan yang dikerjakan berdasarkan tanggung jawab masing-masing pekerja. Hubungan tidak langsungpun dilakukan oleh perusahaan dalam hal membimbing pekerja mengenai budaya pekerja. Namun, adanya jalinan kekerabatan dengan aparat untuk mengantisipasi terjadinya tindakan anarkis. Dan perusahaan sudah cukup tegas memberikan hukuman atas tindakan anarkis yang dilakukan para pekerjanya. PT Maju Jaya menyadari bahwa pemantauan perusahaan perlu dilakukan, agar perusahaan mengetahui secara jelas apa saja kegiatan pada pekerja, dan apakah pekerjaan yang telah dikerjakan dapat

dipertanggungjawabkan oleh masing-masing pekerja. Se jauh ini, pemantauan dilakukan secara langsung atau dengan komunikasi via telepon dengan kantor cabang atau dengan pelanggan.

Etika ketenagakerjaanpun, dominan pada etika relativisme. Yang menganut etika dominan terhadap ketenagakerjaan hanya pada kebijakan pemberian upah dan penyerahan sebagian atau keseluruhan pekerjaan kepada perusahaan lain. PT Maju Jaya dengan tegas dan konsisten menyatakan hal tersebut. Namun, pada ketenagakerjaan yang menganut relativisme termasuk masalah pelatihan ketrampilan kerja, penempatan pekerja, jaminan sosial yang diberikan dan hubungan dengan serikat pekerja.

Pemimpin dan ketua divisi keuangan mengatakan bahwa dalam menghasilkan jasa, perusahaan berusaha memberikan keamanan/kenyamanan dengan cara memberikan jaminan/garansi atas setiap resiko yang terjadi dan memberikan harga yang sesuai, serta memberikan informasi yang sebenarnya atas apa yang dibutuhkan oleh pelanggan agar terciptanya rasa saling percaya. Demikian dengan pernyataan pelanggan PT Maju Jaya bahwa, perusahaan sangat mengedepankan kebutuhan konsumen. Cara pengwujudannya dengan cara melayani konsumen tanpa melihat status sosial dan memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Pernyataan dari pemimpin dan ketua divisi keuangan PT Maju Jaya mengatakan bahwa, kepedulian perusahaan terhadap limbah yang ditimbulkan yaitu dengan cara mengolah limbah perusahaan. Penanganan limbah yang ditimbulkan adalah dengan menjual oli bekas pakai kepada pengepul sehingga tidak ada limbah yang dihasilkan untuk mencemarkan lingkungan sekitar. Masalah penyusutan sumber daya adalah sumber daya manusianya. Tetapi perusahaan merekrut pekerja dari masyarakat sekitar demi memberikan kebutuhan dasar yang layak di lingkungan sekitar. Dengan demikian dapat mensejahterakan perusahaan dari sisi sumber daya manusianya dan mensejahterakan masyarakat sekitar dengan meningkatkan taraf hidupnya. Pelanggan PT Maju Jaya mengatakan bahwa, perusahaan sudah cukup peduli dengan lingkungan dan sosial disekitar perusahaan.

Perusahaan memenuhi standar minimal kondisi kerja dan sistem pengupahan serta jaminan sosial, pemimpin dan ketua divisi keuangan mengatakan bahwa, perusahaan memberikan upah yang sesuai dengan UMK yang berlaku serta selalu menyesuaikan dengan tingkat kedudukan serta cara kerja para pekerja. Untuk memenuhi jaminan sosial perusahaan, perusahaan menyarankan kepada para pekerja untuk mengikuti jaminan sosial yang diselenggarakan oleh PT JAMSOSTEK sekarang-kurangnya kepada pekerja yang telah bekerja selama satu tahun.

Etika terhadap lingkungan dan sosial pada PT Maju Jaya, menerapkan etika deontologi. Dengan tegas PT Maju Jaya mengatakan melakukan pengelolaan limbah dan bersosialisasi kepada masyarakat sekitar perusahaan dan memberikan upah sesuai dengan kebijakan pemerintah. Hal tersebut dipekuat dengan pernyataan pelanggan PT Maju Jaya yang menyatakan hal serupa yaitu PT Maju Jaya memang benar melakukan pengelolaan limbah dan bersosialisasi dengan masyarakat dan memberikan kesempatan kerja yang sama kepada masyarakat sekitar perusahaan.

Pemimpin mengatakan bahwa, PT Maju Jaya selalu bekerja sesuai dengan peraturan yang ada. Namun, jika terdapat pendapat yang tidak cocok perusahaan berusaha untuk merespon itu agar di dengar oleh pemerintah daerah melalui asosiasi pengusaha. Contoh kongkrit mematuhi aturan pemerintah ialah dnegan selalu membayar pajak dengan tepat waktu. Ketua divisi keuangan mengatakan hal yang sama dengan pemimpin PT Maju Jaya.

Respon dalam mendukung dan mengamankan program pemerintah pusat dan pemerintah daerah dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan, dikatakan oleh pemimpin bahwa, perusahaan selalu berusaha untuk menjalankan peraturan yang ada. Oleh sebab itu, PT Maju Jaya tentu akan bertindak sesuai aturan yang ada untuk memecahkan masalah yang ada pada perusahaan tanpa mengabaikan salah satu diantaranya, sedangkan ketua divisi keuangan mengatakan

bahwa dengan melaksanakan segala tanggung jawab yang harus dilaksanakan tentunya. Jika kewajiban telah dilakukan dengan benar tentu tidak merugikan perusahaan juga. Bukankah yang baik kepada pemerintah pasti juga untuk perusahaan, dengan kata lain untuk kesejahteraan bersama.

Respon terhadap peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh pemerintah pusat maupun daerah, termasuk peraturan pasar modal dan perpajakan, pemimpin mengatakan bahwa PT Maju Jaya selalu taat hukum serta selalu membayar pajak tepat pada waktunya serta sesuai dengan perhitungan pajak yang memang semestinya berlaku. Namun, seperti yang sebelumnya telah dikatakan jika terjadi kesalahan atau ketidak seahaman perusahaan berusaha untuk merespon kepada pemerintah daerah agar segera di selesaikan tanpa merugikan salah satu pihak melalui asosiasi pengusaha. Hal yang sama dinyatakan oleh ketua divisi keuangan bahwa, PT Maju Jaya belum menjadi perusahaan *go public*. Kalau soal pajak tentu kami berusaha untuk melakukan kewajiban yang semestinya. Dan untuk masalah respon baik maupun tidak baik akan dirundingkan bersama asosiasi pengusaha untuk disuarakan kepada pemerintah.

Pemimpin mengatakan bahwa, dalam pengurusan ijin atau perpanjangan surat-surat selalu ada tambahan biaya yang memang diminta oleh para pejabat pemerintahan, hal ini tentu akan kami kabulkan agar penyelayaan layanannya bisa dengan cepat diselesaikan. Karena jaman sekarang ini susah jika tidak dipenuhi tambahan biaya seperti demikian. Para pejabat pemerintah dengan sengaja menawarkan langsung dengan iming-iming dipercepat jika tidak maka dengan sengaja pula di perlambat. Hal ini sering terjadi sampai suatu ketika perusahaan dengan sengaja tidak memberikan biaya tambahan, namun terus menanyakan mereka memberikan ribuan alasan, sedangkan ketua divisi keuangan mengatakan tidak setuju dengan tindakan pemberian imbalan dengan maksud tersebut. Karena sering terjadi penambahan biaya dengan iming-iming dipercepat prosesnya. Padahal sudah jelas ada undang-undang yang mengatur semuanya tanpa harus melakukan penambahan biaya. Tindakannya lebih ke respon kepada asosiasi pengusaha namun tidak menutup kemungkinan di tegur secara langsung. Tetapi terkadang perusahaan melanggar etika dengan memenuhi keinginan atas penambahan biaya jika keadaan memang memaksa. Pendapat dari pelanggan PT Maju Jaya mengatakan tindakan yang dilakukan yaitu menolak pemberian imbalan agar tidak terjadi hal-hal yang dapat merugikan perusahaan ataupun pejabat.

Perusahaan mengatakan bahwa tidak pernah melakukan peremuan informal bersama pejabat pemerintah. Perusahaan hanya melakukan pertemuan formal bila ada undangan, atau bila perusahaan memiliki keperluan formal saja. Hal ini dilakukan untuk berjaga-jaga atau memberi batas, agar tidak melakukan atau terlibat dengan praktek-praktek kecurangan atau sesuatu yang tidak benar.

Perusahaan menghindari terjadinya benturan kepentingan dan KKN dalam melaksanakan pekerjaan dengan pemerintah dengan sebisa mungkin perusahaan tidak melakukan KKN, namun bila tidak ada jalan lain dan terpaksa maka tidak dapat menghindarinya dengan memperhatikan segala konsekuensinya. Sedangkan, ketua divisi keuangan mengatakan bahwa, perusahaan berusaha untuk menghindarinya dengan cara menjunjung moral dan etika di dalam perusahaan, meningkatkan kesejahteraan bersama, dan menegakkan hukumnya. Jika terjadi benturan kepentingan, sebisa mungkin diselesaikan secara musyawarah untuk mencapai mufakat. Namun, hal tersebut jarang terjadi. Pelanggan menyatakan bahwa, bekerjasama secara sehat dan mematuhi peraturan yang sudah dibuat agar dapat mencegah kecurangan yang terjadi seperti KKN.

Etika terhadap negara, PT Maju Jaya jelas melanggar etika yang ada. Dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan PT Maju Jaya tidak menerapkan etika deontologi dan terkadang memberikan imbalan dengan maksud tertentu kepada para pejabat pemerintahan.

Dewan komisaris, direksi, dan karyawan dalam perusahaan bertanggung jawab untuk mengamankan lingkungan kerja, termasuk aset dan data perusahaan, serta transaksi-transaksi perusahaan yang

dinyatakan oleh pemimpin dan ketua divisi keuangan PT Maju Jaya. Karena perlu di tegaskan bahwa, seluruh pekerja dapat melindungi aset serta data-data perusahaan. Dengan kata lain semua yang bekerja mengerti posisi dan tanggung jawabnya.

Perusahaan menggunakan seluruh aset yang ada sudah secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan dan sebisa mungkin menjalankan bisnis dengan tanggung jawab. Sedangkan menurut pelanggan PT Maju Jaya, perusahaan perlu melakukan evaluasi serta mengaudit semua kegiatan yang telah dilakukan perusahaan sehingga dapat menggunakan aset secara efektif dan efisien.

Pemimpin dan ketua divisi keuangan PT Maju Jaya menyatakan bahwa, perusahaan melindungi dan mengamankan seluruh aset perusahaan baik fisik keuangan dan lainnya dari kerusakan, kehilangan, penggunaan-penggunaan yang tidak sah penggelapan dan kecurangan dengan menanamkan sikap untuk bertanggungjawab dengan setiap tindakan yang dilakukan tiap-tiap pekerja, sehingga setidaknya hal tersebut bisa meminimalkan resiko-resiko yang ada. Setiap beberapa bulan sekali perusahaan kami juga akan melakukan stock oknam. Para atasan pun tidak segan turun langsung setiap hari dalam memantau jalannya perusahaan, sehingga bisa langsung memantau apa saja yang dilakukan para pekerja. Aset perusahaan tentu hanya akan digunakan untuk kepentingan perusahaan saja. Hal ini dilakukan agar aset perusahaan akan tetap terjaga, serta dapat terus terpantau keberadaan dan pemakaiannya.

Bila terjadi kerusakan atau kehilangan aset perusahaan maka perusahaan akan mengusut dan meminta pertanggungjawaban dari sang pemakai terakhir. Tentu semua itu akan diselidiki dan diteliti dengan benar, agar tidak terjadi kesalahan dalam memberikan sanksi. Saksi yang diberikan pun tentu akan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Jika kesalahan dilakukan fatal maka akan di kenakan ganti rugi dan PHK menurut pendapat pemimpin dan ketua divisi keuangan PT Maju Jaya. PT Maju Jaya, bila akan melakukan penjualan atau pelepasan aset tentu perusahaan akan melakukan yang sesuai dengan aturan yang ada. Perusahaan tentu menginginkan keuntungan, namun perusahaan tentu juga akan memikirkan pihak yang akan membeli aset tersebut. Perusahaan akan mengambil keputusan yang akan menguntungkan kedua belah pihak.

Pemimpin dan ketua divisi keuangan PT Maju Jaya menyatakan bahwa, perusahaan memperbolehkan peminjaman aset, namun tentu dengan persetujuan dari para pihak atasan atau direksi. Perusahaan tidak memperbolehkan menghancurkan atau membuang aset perusahaan tanpa persetujuan direksi, karena dalam mengambil keputusan dibutuhkan persetujuan direksi.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, PT Maju Jaya tidak sepenuhnya menerapkan etika deontologi dalam hal aset perusahaan. Pengelolaan, dan pemberian serta pemusnahan aset memang sudah jelas dikatakan dengan tegas tidak dilakukan tanpa perijinan dan persetujuan dari pihak direksi. Namun untuk masalah pertanggung jawaban dalam hal aset dikelola secara efisien dan efektif belum konsisten.

Seingga dapat dilihat PT Maju Jaya melakukan penetapan harga yang dilakukan lebih berorientasi pada kepuasan pelanggan. Perusahaan berharap dengan adanya kepastian dan rasa aman serta manfaat yang dirasakan oleh pelanggan maka, pelanggan dengan sendirinya mengikat diri dengan perusahaan tanpa adanya kontrak. Dengan tujuan yang jelas dan memilih secara tepat strategi penetapan harga dapat mempengaruhi elastisitas permintaan, kondisi perekonomian dan persaingan. Dapat dilihat bahwa penerapan etika bisnis pada PT Maju Jaya adalah etika utilitarianisme.

Dalam melakukan persaingan pada PT Maju Jaya, menerapkan etika bisnis dengan mengedepankan mutu pelayanan dan keamanan pada pelanggan, tidak memberikan promosi negative demi keuntungan semata, berusaha terbuka dalam pemberian informasi kepada pelanggan dan menganalisis perkembangan bisnis yang sedang berlangsung dan membuktikan kreatifitas dengan membuka peluang usaha lainnya untuk menunjang bisnis utamanya. Dari hasil wawancara tersebut dapat

dilihat etika yang diterapkan bukan etika deontologi melainkan menerapkan etika relativisme.

PT Maju Jaya menjalin hubungan dengan relasi bisnis, berusaha untuk berbisnis secara jujur yang dalam artian tanpa kedok dan terbuka kepada pelanggan. PT Maju Jaya juga adil dalam pelayanan kepada pelanggan tanpa melihat dari status sosialnya karena PT Maju Jaya menyadari betul bahwa pelanggan semua sama. Dalam hal tanggung jawab, PT Maju Jaya sudah cukup membuktikannya dari segala pemberian informasi kepada pelanggan tanpa menyesatkan, dan pemberian garansi yang menimbulkan rasa aman kepada pelanggan. Dalam berbisnis, PT Maju Jaya bersifat normative yang konsekuensinya harus ditaati oleh semua pihak. Yang dimana, ditentukan bersama untuk kepentingan bersama juga. Hasil wawancara dalam hal menjalin hubungan dengan relasi bisnis di PT Maju Jaya tidak menerapkan etika deontologi karena hasil wawancara mengatakan “berusaha” yang menunjukkan ketidakkonsistenan dalam pemberian informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara jujur.

PT Maju Jaya tidak memberikan pelatihan khusus kepada pekerja namun, menerima calon pekerja yang berpengalaman dengan masa percobaan selama 3 bulan. Dan para pekerjanya diberikan pelatihan langsung pada saat bekerja untuk mengasah *skill* dan *attitude*. Para calon pekerja juga telah di berikan penjelasan dan arahan selama masa percobaan untuk mengetahui secara jelas kebijakan dan peraturan yang ada di perusahaan. Sehingga, pekerja mampu memenuhi standar yang di harapkan oleh perusahaan. Pengupahan ditentukan berdasarkan kebijakan pemerintah berdasarkan upah minimum kota sehingga, dapat mensejahterakan pekerja PT Maju Jaya. Selain itu, PT Maju Jaya memberikan penawaran kepada para pekerja yang telah bekerja sekurang-kurangnya satu tahun untuk ikut jaminan sosial untuk memenuhi kebutuhan dasar yang layak sesuai kebijakan pemerintah kepada PT JAMSOSTEK. Dengan demikian PT Maju Jaya dalam hal ini menerapkan etika relativisme bukan etika deontologi.

PT Maju Jaya tidak ada penyerahan sebagian maupun seluruh pekerjaan kepada perusahaan lain. PT Maju Jaya bersama asosiasi pengusaha memberikan saran dan kritik terhadap kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. PT Maju Jaya melakukan pengawasan kepada para pekerja sejauh ini secara langsung dan melalui via telepon dengan kantor cabang atau pelanggan.

Untuk masalah pengelolaan limbah yang dihasilkan oleh PT Maju Jaya sudah diatasi secara baik dengan cara menjual oli dan mesin bekas kepada pengepul. Sehingga, tidak mencemarkan lingkungan dan memberikan keuntungan lebih kepada perusahaan. PT Maju Jaya rata-rata mempekerjakan pekerja yang berasal dari masyarakat sekitar dengan tujuan mensejahterakan masyarakat sekitar. Tentu dengan menyeleksi secara baik dan benar sesuai kebutuhan perusahaan berdasarkan *skill*nya bukan besar kecilnya penghasilan. Dari hasil wawancara untuk pengelolaan limbah dan hubungan dengan masyarakat sekitar perusahaan PT Maju Jaya sudah menerapkan etika deontologi yang jelas dikatakan danditerapkan secara konsisten.

PT Maju Jaya bertanggungjawab terhadap negara dengan membayar pajak tepat waktu dan berusaha sebisa mungkin merespon segala kebijakan pemerintah melalui asosiasi pengusaha. Sehingga, etika terhadap negara dapat terjalin dengan baik. PT Maju Jaya juga, tidak melakukan pertemuan informal dengan para pejabat pemerintah dan berusaha menghindari terjadinya benturan kepentingan dan KKN walau terkadang hal tersebut terjadi. Sudah bisa dilihat bahwa PT Maju Jaya melakukan pelanggaran etika, maka dapat disimpulkan dalam hal ini PT Maju Jaya tidak menerapkan etika deontologi.

Dalam pengelolaan aset perusahaan PT Maju Jaya tidak seenaknya menjual, menghancurkan atau memusnahkan aset perusahaan tanpa diketahui semua pihak-pihak yang terkait.karena semua pekerja telah di tanamkan jiwa tanggung jawab sejak awal agar menggunakan aset perusahaan secara efektif dan efisien. Dan pemberian sanksi akan diberikan dengan diselidiki secara detail. Untuk pengelolaan aset, PT Maju Jaya sudah cukup kompeten. Namun tidak bisa dikatakan

menerapkan etika deontologi. Dalam hal ini, PT Maju Jaya masih melakukan pengelolaan aset tidak secara efisien.

Implikasi Manajerial

Setelah melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa temuan, yaitu etika bisnis pada PT Maju Jaya belum sempurna dan masih ditemui banyak kekurangan. Karena, PT Maju Jaya belum sepenuhnya menerapkan semua aspek-aspek etika bisnis dalam perusahaannya. Seperti terkadang dijumpai adanya pemberian imbalan dengan maksud-maksud tertentu saat terdesak. Walaupun selaku pemimpin menyadari bahwa perlakuan tersebut salah. Namun, peneliti menemukan beberapa hal yang memberikan dampak positif kepada perusahaan. Terbukti dengan keuntungan-keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam kaitannya dengan etika bisnis antara lain:

- Etika bisnis merupakan tolak ukur untuk menilai kesehatan perusahaan atau efisiensi manajemen dalam PT Maju Jaya.
- Etika bisnis mampu menunjukkan bahwa jasa yang ditawarkan oleh PT Maju Jaya diterima dan dihargai oleh masyarakat.
- Etika bisnis merupakan syarat keberlangsungan jangka panjang bagi PT Maju Jaya
- Etika bisnis juga menjadi cambuk untuk meningkatkan usaha pada PT Maju Jaya dan dapat mengimbangi resiko.
- Etika bisnis juga mengarahkan PT Maju Jaya untuk berkembang menjadi lebih baik, tertib, teratur, dan sejahterah.

Walaupun penerapan etika bisnis pada PT Maju Jaya jauh dari kesempurnaan. Etika bisnis di seluruh organisasi harus dilihat/diterapkan secara terus-menerus secara konstan (Svensson, G., & Wood, G., 2011). Atas dasar itu, etika deontologi sangat menekankan motivasi, kemauan baik, dan watak yang kuat dari pelaku (Sutrisna, 2010).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Setelah peneliti mengamati dan menganalisis adalah konsep etika bisnis apa yang diterapkan di PT Maju Jaya, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis di PT Maju Jaya jauh dari baik dalam menerapkan etika deontologi. Maka, dapat disimpulkan bahwa, PT Maju Jaya tidak sepenuhnya menerapkan etika deontologi. PT Maju Jaya menerapkan etika relativisme dan etika utilitarianisme dalam berbisnis.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa, peneliti ingin memberikan saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi PT Maju Jaya untuk memajukan perusahaan, ada beberapa saran yang dapat diberikan peneliti ialah:

- Perusahaan sebaiknya dapat meningkatkan etika bisnis merupakan unsur penting supaya siklus hidup suatu bisnis dapat bertahan lama, atau bahwa etika merupakan prasyarat tumbuhnya sikap-sikap moral, khususnya sikap saling percaya, jujur, adil, dan tanggung jawab.
- Untuk memudahkan penerapan etika perusahaan dalam kegiatan sehari-hari maka nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis harus dituangkan kedalam manajemen korporasi yakni dengan cara memperkuat sistem pengawasan dan menyelenggarakan pelatihan (*training*) untuk karyawan secara terus menerus.
- Untuk dapat memperbaiki penerapan etika bisnis yang kurang konsisten pada PT Maju Jaya, PT Maju Jaya seharusnya menerapkan etika deontologi sebagai dasar etika bisnis dalam perusahaan. Supaya suatu tindakan punya nilai moral, maka tindakan itu harus dijalankan berdasarkan aturan, prosedur, atau kewajiban secara konsisten.

- Ariwibowo, AA. (2011, November). Pangsa Aqua terancam. *Antara News*. Retrieved March 29, 2014, from <http://www.antaranews.com/berita/285747/pangsa-aqua-terancam>
- Amran, S (2011). *Etika dan hukum bisnis*. Retrieved June 3, 2014, from http://digemesta.com/indo/ei=klrFU5_IPNWRuASr9oL4Bw&usg=AFQjCNEhFwiPuGovTSci0eLaOCRGCCwssQ&bvm=bv.70810081.d.c2E/etika-dan-hukum-dalam-bisnis.pdf
- Azwar, S (2013). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bertens, K. (2013). *Pengantar etika bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bungin, B. (2009). *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Caza, A., Barker, B. A., & Cameron, K. S. (2004). Ethics and ethos: The buffering and amplifying effects of ethical behavior and virtuousness. *Journal of Business Ethics*, 52(2), 169-178. Retrieved May 14, 2014, from <http://search.proquest.com/docview/198094244?accountid=45762>
- Cornwell, B. (2005). A cross-cultural study of the role of religion in consumers' ethical positions. *Journal: International Marketing Review - INT MARK REV*, vol. 22, no. 5. Retrieved June 3, 2014, from <http://academic.research.microsoft.com/Publication/37817220/a-cross-cultural-study-of-the-role-of-religion-in-consumers-ethical-positions>
- Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Temanggung Jawa Tengah (2009). *Pengesahan Pembentukan Panitia Pembina Keselamatan dan Kesehatan Kerja (P2K3)*. Retrieved May 14, 2014, from http://dinnakertrans.temanggungkab.go.id/detail_layanan.php?bdiid=2&biid=10
- Fahmi, I. (2013). *Definisi etika bisnis. Etika bisnis: teori kasus, dan solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Griffin, R.W., & Elbert, R.J. (2007). *Business edisi 8*. Jakarta: Erlangga.
- Huntsman, J.M. (2005). *Winner never cheat: even in difficult times, new and expanded edition*. Philadelphia: The Wharton School and Pearson Education.
- Indouanas, K. (2008). The relationship between pricing and ethics in two industrial service industries. *The Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(3), 161-169. Retrieved May 14, 2014, from doi:<http://dx.doi.org/10.1108/08858620810858427>
- Keraf, A.S. (1998). *Etika bisnis: tuntutan dan relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lennick, D., & Keil, F. (2005). *Moral intelligence: enhancing business performance and leadership success*. Philadelphia: The Wharton School and Pearson Education.
- Michaelson, C. Moral. (2008). *Luck and Business Ethics*. *Journal of Business Ethics*, 773-787. Retrieved June 3, 2014, from <http://search.proquest.com/docview/198039827/fulltextPDF/14121BCFC84E8D5E4D/1?accountid=45762>
- Moleong, L.J. (2013). *Metode penelitian kualitatif, edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara.
- Piercy, N. F., & Lane, N. (2007). Ethical and moral dilemmas associated with strategic relationships between business-to-business buyers and sellers. *Journal of Business Ethics*, 72(1), 87-102. Retrieved May 14, 2014, from doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-006-9158-6>
- Satyanugraha, H. (2003). *Etika bisnis: tuntutan & relevansinya*. Jakarta: Kanisius.
- Sinour, Y.L. (2009). *Etika bisnis*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Story, J., & Hess, J. (2010). Ethical brand management: Customer relationships and ethical duties. *The Journal of Product and Brand Management*, 19(4), 240-249. Retrieved May 14, 2014, from doi:<http://dx.doi.org/10.1108/10610421011059568>

- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisna, D. (2010). *Etika bisnis: konsep dasar implementasi dan kasus*. Bali: Udayana University Press.
- Svensson, G., & Wood, G. (2011). A conceptual framework of corporate and business ethics across organizations. *The Learning Organization*, 18(1), 21-35. Retrieved May 16, 2014, from doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09696471111095975>
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.
- Velasquez, M.G (2005). *Etika bisnis, konsep dan kasus edisi 5*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Waples, E.P., Antes, A.L., Murphy, S.T., Connelly, S., & Mumford, M.D. (2009). A meta-analytic investigation of business ethics instruction. *Journal of Business Ethics*, 87(1), 133-151. Retrieved March 19, 2014, from doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-008-9875-0>
- Widianto, E. (2014, March 27). Aburizal Bakrie berkukuh Lapindo tidak bersalah. *Tempo News*. Retrieved March 29, 2014, from <http://www.tempo.co/read/news/2014/03/27/063565959/Aburizal-Bakrie-Berkukuh-Lapindo-Tidak-Bersalah>
- Workplace Safety and Health. *National Institute of Occupational Safety and Health*. (n.d.). Retrieved March 29, 2014, from <http://www.cdc.gov/niosh/topics/healthcare/>