



Editor

Muh. Akbar Fhad Syahrir.,SH.,MH.,C.PBA.,CFLS

Syahban Mada Ali., S.pd.,M.Pd

Etika Bisnis

Mh.Iqbal, SE.,SH.,M.Si

Dr. Mulyana Machmud, SE.,M.Ak.,CSES.,CHCS | Hartati., SE.,MM



eureka
media aksara

Anggota IKAPI
No. 225/JTE/2021

☎ 0858 5343 1992
✉ eurekamediaaksara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-151-633-6



9 786231 516336

ETIKA BISNIS

Mh.Iqbal, SE.,SH.,M.Si

Dr. Mulyana Machmud, SE.,M.Ak.,CSES.,CHCS

Hartati., SE.,MM



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

ETIKA BISNIS

- Penulis** : Mh.Iqbal, SE.,SH.,M.Si
Dr. Mulyana Machmud, SE., M.Ak., CSES.,
CHCS
Hartati., SE.,MM
- Editor** : Muh. Akbar Fhad Syahrir., SH., MH., C.PBA.,
CFLS
Syahban Mada Ali., S.pd.,M.Pd
- Desain Sampul** : Ardyan Arya Hayuwaskita
- Tata Letak** : Leli Agustin
- ISBN** : 978-623-151-633-6

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, OKTOBER 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku yang berjudul “Etika Bisnis”.

Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada editor Muh. Akbar Fhad Syahrir., SH., MH., C.PBA., CFLS dan Syahban Mada Ali., S.pd.,M.Pd yang telah banyak memberikan masukan, saran, dan bimbingan sehingga pada akhirnya buku ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Etika Bisnis ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk memperkaya kajian keilmuan pendidikan masyarakat baik untuk pembelajaran maupun pengembangan keilmuan selanjutnya.

Penulis sangat menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna, sehingga segala macam bentuk saran-saran, dan kritik, serta masukannya masih sangat diharapkan dari semua pihak demi kesempurnaan buku ini kedepannya. Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga buku ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 ETIKA BISNIS	1
A. Definisi Etika.....	1
B. Definisi Etika Bisnis.....	2
C. Etika Bisnis dan Tata Kehidupan Manusia	3
D. Ruang Lingkup Ilmu Etika Bisnis	4
E. Permasalahan-Permasalahan Umum yang Terjadi dalam Bidang Etika Bisnis	4
BAB 2 TEORI ETIKA BISNIS	6
A. Teori Etika dan Perkembangan Bisnis.....	6
B. Teori Etika <i>Deontologis</i>	7
C. Teori Etika <i>Teleologis</i>	13
D. Teori Etika Hak Asasi.....	20
E. Teori Keutamaan	21
F. Teori Relatif.....	25
G. Etika dan Agama	26
BAB 3 MORALITAS DAN ETIKA BISNIS	28
A. Definisi Moralitas	28
B. Moralitas dan Etika Bisnis	29
C. Penyebab Pergeseran Moralitas di Masyarakat.....	31
D. Moralitas dan Bisnis.....	34
BAB 4 PENDEKATAN ETIKA BISNIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....	37
A. Definisi Pengambilan Keputusan	37
B. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan	39
C. Pendekatan Etika Bisnis dalam Pengambilan Keputusan	40
D. Penggunaan Pohon Keputusan sebagai Pendukung dalam Proses Pengambilan Keputusan	41
BAB 5 ETIKA BISNIS DAN KONSEP GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG)	43
A. Definisi <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	43
B. <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dan Manajemen Perusahaan.....	44

C.	<i>Agency Theory</i> dan Solusi Memperkecil Timbulnya <i>Agency Theory</i>	46
D.	Solusi Memperkecil <i>Agency Theory</i>	47
E.	Etika Bisnis dan Konsep <i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	47
F.	<i>Good Corporate Governance</i> dalam Konteks Bisnis Masa Depan.....	49
G.	Permasalahan yang Timbul dalam <i>Penerapan Good</i> <i>Corporate Governance</i> (GCG)	52
BAB 6	ETIKA BISNIS DAN CORPORATE SOCIAL	
	RESPONSIBILITY (CSR)	54
A.	Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	54
B.	Perusahaan dan Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	55
C.	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) bagi Perusahaan	57
D.	Indikator Keberhasilan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Model Penerapan di Indonesia.....	60
E.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan	61
F.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>International</i> <i>Standardization Organization</i> (ISO)	61
G.	Mutu dan Konsep SNI (Standar Nasional Indonesia) .	61
H.	Etika Bisnis dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada Perusahaan Pertambangan	62
I.	Beberapa Permasalahan dalam Bidang <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> (CSR) secara Umum.....	62
BAB 7	BUDAYA DAN ETIKA BISNIS	63
A.	Definisi Budaya.....	63
B.	Budaya dan Etika Bisnis.....	63
C.	Definisi Budaya Organisasi.....	64
D.	Pengaruh Budaya dalam Mendorong Pembentukan Manajemen Kinerja.....	65
E.	Budaya Perusahaan	66
F.	Perusahaan dan Pergeseran Budaya Masyarakat	67
G.	Budaya Global dan Produk Global	68

H. Perusahaan Multinasional Amerika dan Pengaruhnya pada Budaya Negara Lain	69
I. Sejarah Globalisasi Sebagai Awal Pembentukan Budaya Global	74
BAB 8 ETIKA BISNIS DAN PERUSAKAN LINGKUNGAN ...	77
A. Definisi Lingkungan.....	77
B. Etika Bisnis dan Lingkungan.....	78
C. Definisi Risiko Lingkungan.....	78
D. Pengaruh Risiko Lingkungan terhadap Perusahaan....	78
E. Industri dan Perusakan Lingkungan.....	79
F. Sumber Polusi Udara	81
G. Solusi dalam Menyelesaikan Masalah Risiko Perusakan Lingkungan.....	83
BAB 9 ETIKA BISNIS DAN PERUSAKAN LINGKUNGAN ...	84
A. Definisi <i>Fraud</i>	84
B. Etika Bisnis dan <i>Fraud</i>	85
C. Definisi Risiko <i>Fraud</i>	86
D. Bentuk-Bentuk <i>Fraud</i>	86
E. Sebab-Sebab Suatu <i>Fraud</i> Bisa Terjadi	89
BAB 10 FRAUD PADA MANAJEMEN PERUSAHAAN	90
A. <i>Fraud</i> pada Bagian <i>Marketing</i>	90
B. <i>Fraud</i> pada Bagian Produksi.....	92
C. <i>Fraud</i> pada Bagian Keuangan dan Tugas Auditor	93
D. <i>Fraud</i> pada Bagian Sumber Daya Manusia	101
E. Bentuk Tindakan Investigasi <i>Fraud</i> dengan Pendekatan <i>Interview</i>	103
F. Beberapa Solusi untuk Mencegah Terjadinya Risiko <i>Fraud</i>	104
BAB 11 EARNINGS MANAGEMENT, INSIDER TRADING, DAN AKSI GORENGAN SAHAM DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS.....	106
A. Definisi <i>Earnings Management</i>	106
B. <i>Earnings Management</i> dan Tindakan Kecurangan.....	107
C. Faktor yang Menyebabkan suatu Perusahaan Melakukan <i>Earnings Management</i>	107
D. Bapepam-LK dan Tindakan <i>Earnings Management</i>	108
E. Definisi Insider Trading.....	111

F. Tindakan <i>Insider Trading</i> yang Dilarang dalam Undang-Undang Pasar Modal.....	114
G. <i>Insider Trading</i> dan <i>Disclosure</i>	115
H. <i>Earnings Management</i> dan <i>Insider Trading</i> dalam Perspektif Etika Bisnis	116
I. Aksi dan Tindakan Gorengan di Pasar Modal yang Melanggar Etika Bisnis.....	116
J. Tips bagi Investor dalam Bermain Saham	117
K. <i>Disclosure</i> yang Dbolehkan dan Tidak Dbolehkan di Pasar Modal	119
BAB 12 ETIKA BISNIS DAN ISLAM.....	122
A. Sumber Islam.....	122
B. Islam dan Etika Bisnis serta Tanggung Jawab Sosial	123
C. Islam dan Aturan Bisnis yang Beretika.....	126



ETIKA BISNIS

Mh.Iqbal, SE.,SH.,M.Si

Dr. Mulyana Machmud, SE., M.Ak., CSES., CHCS

Hartati., SE.,MM



BAB

1

ETIKA BISNIS

A. Definisi Etika

Pengertian Etika Pengertian etika sering dikonotasikan dengan istilah tata krama, sopan-santun, pedoman moral dan norma susila. Etika membahas nilai dan norma moral yang mengatur perilaku manusia baik sebagai individu atau kelompok dan institusi di dalam masyarakat. Sedangkan norma merupakan aturan atau konvensi yang diberlakukan di masyarakat baik secara tersurat atau tersirat (yang bersifat informal dan tradisional).

Asal Kata Etika Etika berasal dari bahasa Yunani dengan nama *ethos*, yang diartikan identik dengan moral atau moralitas. Moral atau moralitas dalam pengertian di sini diterapkan untuk menilai baik atau buruk dan benar atau salah terhadap suatu perbuatan ataupun tindakan yang dilakukan. Yang dimaksud dengan moral atau moralitas adalah nilai yang dianut atau dipercaya keabsahannya di lingkungan masyarakat. Pemberlakuan moral atau moralitas dalam kehidupan selalu berorientasikan kepada keadilan yang merupakan suatu keseimbangan antara hak dan kewajiban. Komitmen moral merupakan merupakan perwujudan nilai-nilai moral yang meliputi persaudaraan, kejujuran, kerjasama, kasih-sayang, kemurahan hati, tanggung-jawab, loyalitas, disiplin, integritas pribadi/integritas moral, pemberlakuan yang manusiawi. Dalam integritas pribadi setiap orang dituntut untuk mempunyai rasa malu, rasa bersalah, dan rasa menyesal. Unsur-unsur dalam moralitas menggunakan unsur kultur, unsur adat

BAB

2

TEORI ETIKA BISNIS

A. Teori Etika dan Perkembangan Bisnis

Mempelajari teori-teori etika akan memberikan wawasan bagi pedoman dalam pengambilan keputusan bisnis ketika pelaku dihadapkan dengan situasi yang memiliki dimensi moral. Etika tidak akan bisa dipahami jika seseorang mengesampingkan nilai-nilai moral, sehingga dalam teori etika bisnis juga memiliki latar belakang pemikiran atas dasar-dasar nilai-nilai moral.

Perkembangan dunia bisnis membawa konsekuensi logis pada perkembangan paradigma dalam praktik etika bisnis. Etika bisnis telah menjadi pusat sorotan pada bisnis kontemporer, hal ini disebabkan oleh:

1. Bergesernya paradigma bisnis dari yang semula hanya berorientasi keuntungan semata (*profit oriented*) menjadi bisnis yang beretika. Bisnis yang tidak beretika membawa konsekuensi baik secara langsung maupun tidak langsung yang merugikan pelaku bisnis.
2. Perkembangan etika bisnis memicu hadirnya etika bagi profesi-profesi yang terlibat di dalam bisnis.

Profesi sebagai sebuah pekerjaan yang membutuhkan keahlian menjadi salah satu subjek penting dalam memelihara etika bisnis. Profesi merupakan salah satu unsur pembentuk lingkungan kerja di dunia bisnis, sementara lingkungan kerja sangat berpengaruh terhadap komunitas bisnis, karena itu, perlu sudut pandang moral yang lebih besar dalam sebuah organisasi

BAB

3

MORALITAS DAN ETIKA BISNIS

A. Definisi Moralitas

Moralitas adalah istilah yang dipakai untuk mencakup praktik dan kegiatan yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk, aturan-aturan yang mengendalikan kegiatan itu dan nilai-nilai yang tersimbol di dalamnya yang dipelihara atau dijadikan sasaran oleh kegiatan dan praktik tersebut.

Istilah moral berasal dari kata latin MOS (Moris) yang berarti istiadat, kebiasaan, tata cara hidup. Seseorang yang bermoral tercermin dari perbuatan yang dilakukan, karena perbuatan adalah bagian dari tindakan moralitas seseorang. Jadi, tingkah laku dikatakan bermoral apabila tingkah laku itu sesuai dengan nilai-nilai moral yang berlaku dalam kelompok sosial di mana anak itu hidup.

Moralitas dianggap sebagai salah satu alasan yang mendasari dan mendorong seseorang secara beretika. Moral bagian dari jiwa manusia yang tumbuh dan berdiam dalam diri secara kuat, karena setiap orang sudah pasti bermoral. Dan karena moral pula setiap orang bisa mengerti akan makna kehidupan, dan bagaimana cara hidup lebih lebih.

Lebih jauh kita harus menyadari tentang struktur masyarakat kita yang homogen, termasuk memiliki beberapa latar belakang perbedaan pemikiran serta berbagai persepsi yang dimiliki. Sehingga budaya dan kebiasaan yang berlaku di setiap tempat bisa berbeda lagi di tempat yang lain. Atau lebih jauh kita bisa menyimpulkan bahwa sesuatu yang dinyatakan di

BAB 4 | PENDEKATAN ETIKA BISNIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN

A. Definisi Pengambilan Keputusan

Kehidupan manusia adalah kehidupan yang selalu diisi oleh peristiwa pengambilan keputusan. Kita dapat mengatakan “tiada hari tanpa pengambilan keputusan”. Adanya asumsi bahwa segala tindakannya merupakan pencerminan hasil proses pengambilan keputusan dalam pikirannya, sehingga sebenarnya manusia sudah sangat terbiasa dalam membuat keputusan. Sejak proses identifikasi masalah sampai pemilihan solusi terbaik inilah yang disebut proses pengambilan keputusan. Menurut Wikipedia, pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental dan kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan terjadi setiap saat sepanjang hidup manusia. Pengambilan keputusan ialah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Keputusan (*decision*) memiliki arti kata yang artinya pilihan (*choice*) yaitu pilihan dari beberapa kemungkinan dapat dikatakan bahwa keputusan merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Pembuat keputusan (*decision making*) ialah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuat keputusan terjadi di dalam situasi yang meminta seseorang harus: 1) Membuat prediksi atau gambaran kedepan. 2) Memilih salah satu diantara dua pilihan

BAB 5

ETIKA BISNIS DAN KONSEP GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG)

A. Definisi *Good Corporate Governance* (GCG)

Definisi *Good Corporate Governance* (GCG) Istilah *Corporate Governance* (CG) pertama kali diperkenalkan oleh Cadbury Committee tahun 1992 dalam laporannya yang dikenal sebagai Cadbury Report (Tjager dkk.,2003). Sebelum kita lebih jauh memahami pengertian dari *Good Corporate Governance* (GCG) perlu kiranya kita pahami terlebih dahulu pengertian dari *Corporate Governance* (pengelolaan perusahaan).

Corporate Governance adalah “*refers to a group of people getting together as one united body with the task and responsibility to direct, control and role with authority. On a collective effort this body empowered to regulate, determine, restrain, urban exercise the authority given it*” (Josep,2002).

Pemahaman *Good Corporate Governance* tidak bisa dikesampingkan dari *shareholding theory*. *Shareholding theory* mengatakan bahwa perusahaan didirikan dan dijalankan untuk tujuan memaksimalkan kesejahteraan pemilik/pemegang saham sebagai akibat dari investasi yang dilakukannya. Memang secara konsep pihak manajemen perusahaan bekerja untuk memberikan kepuasan kepada para pemegang saham, dan pemegang saham memiliki otoritas keputusan tinggi dalam menentukan keputusan yang bersifat penting bagi perusahaan. Adapun definisi *Good Corporate Governance* dari Cadbury Committee yang berdasar pada teori *stake holder* adalah sebagai berikut:

BAB 6

ETIKA BISNIS DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

A. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Istilah *corporate social responsibility* berasal dari kata *corporate* atau korporasi yang berarti badan hukum. Dalam bahasa latinnya (*corpus/corpora*= badan) dan sebetulnya berarti “yang dijadikan suatu badan” sehingga *corporate* masih tetap berarti badan hukum. Sedangkan menurut Stephen R. Covey, kata *responsibility* (tanggung jawab) terdiri dari dua kata yaitu *response* (tanggapan) dan *ability* (kemampuan). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penjelasan Kotler dijelaskan bahwa kemampuan suatu perusahaan dalam mengembangkan lingkungannya dengan mengurangi dampak buruk dari operasional perusahaan serta melibatkan sumber daya insani yang ada disekitar perusahaan dalam wujud kepedulian sosial maupun mengembangkan kegiatan bisnis. Sehingga perusahaan tidak hanya mencapai profit namun juga mencapai popularitas citra perusahaan yang baik dimata masyarakat. *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu upaya sungguh – sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar tercapai tujuan yang berkelanjutan. Secara implisit, definisi tersebut berarti mengajak perusahaan untuk bersungguh – sungguh dalam upaya memberikan manfaat atas kehadirannya bagi umat manusia saat ini. Meminimalkan dampak negatif adalah bagian dari usaha memberi manfaat di masa yang akan datang.

BAB

7

BUDAYA DAN ETIKA BISNIS

A. Definisi Budaya

Kata “Budaya” berasal dari Bahasa *Sansekerta* “*Buddhayah*”, yakni bentuk jamak dari “*Budhi*” (akal). Jadi, budaya adalah segala hal yang bersangkutan dengan akal. Selain itu kata budaya juga berarti “budi dan daya” atau daya dari budi. Jadi budaya adalah segala daya dari budi, yakni cipta, rasa dan karsa.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia budaya artinya pikiran, akal budi, hasil, adat istiadat atau sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sukar diubah. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi.

Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Bahasa, sebagaimana juga budaya, merupakan bagian tak terpisahkan dari diri manusia sehingga banyak orang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetis. Ketika seseorang berusaha berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya dan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya, membuktikan bahwa budaya itu dipelajari.

B. Budaya dan Etika Bisnis

Etika pada dasarnya adalah standar atau moral yang menyangkut benar-salah, baik-buruk. Dalam kerangka konsep etika bisnis terdapat pengertian tentang etika perusahaan, etika

BAB 8

ETIKA BISNIS DAN PERUSAKAN LINGKUNGAN

A. Definisi Lingkungan

Lingkungan adalah segala hal yang berada diluar organisasi dan selama ini dianggap memberi pengaruh pada mereka yang terlibat di sekitar lingkungan tersebut. Secara umum lingkungan ada 2 (dua), yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Kedua bentuk lingkungan tersebut bersifat saling terkait satu sama lainnya.

Lingkungan eksternal bisa mempengaruhi lingkungan internal, dan lingkungan internal berusaha menyerap serta memfilter setiap informasi yang masuk dari lingkungan eksternal. Hasil dari serapan tersebut akhirnya membentuk suatu model lingkungan yang bersifat mengapresiasi setiap perubahan secara sistematis dan bertahap. Lingkungan adalah kombinasi antara kondisi fisik yang mencakup keadaan sumber daya alam seperti tanah, air, energy surya, mineral, serta flora dan fauna yang tumbuh di atas tanah maupun di dalam lautan, dengan kelembagaan yang meliputi ciptaan manusia seperti keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik tersebut. Lingkungan juga dapat diartikan menjadi segala sesuatu yang ada di sekitar manusia dan mempengaruhi perkembangan kehidupan manusia. Lingkungan terdiri dari komponen biotic dan abiotik. Komponen abiotik adalah semua benda mati seperti tanah, udara, air, iklim, kelembapan, cahaya, suara. Sementara komponen biotic adalah segala sesuatu yang bernyawa seperti tumbuhan, hewan, manusia, dan mikro organisme.

BAB 9

ETIKA BISNIS DAN PERUSAKAN LINGKUNGAN

A. Definisi *Fraud*

Fraud (kecurangan) merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara disengaja dan dilakukan untuk tujuan pribadi atau tujuan kelompok, dimana tindakan yang disengaja tersebut telah menyebabkan kerugian bagi pihak tertentu atau institusi tertentu. Dalam kata *Fraud* itu sendiri dapat diartikan dengan berbagai makna yang terkandung didalamnya seperti:

1. Kecurangan
2. Kebohongan
3. Penipuan
4. Kejahatan
5. Penggelapan barang-barang
6. Manipulasi data-data
7. Rekayasa informasi
8. Mengubah opini publik dengan memutarbalikan fakta yang ada
9. Menghilangkan barang bukti secara sengaja

Untuk mengetahui lebih dalam tentang *Fraud* ada beberapa pendapat para ahli yang telah mendefinisikan tentang *Fraud* ini, menurut Joel G. Siegel dan Jae K. Shim bahwa:

“*Fraud* (kecurangan) merupakan tindakan yang disengaja oleh perorangan atau kesatuan untuk menipu orang lain yang menyebabkan kerugian. Khususnya terjadi *misrepresentation* (penyajian yang keliru) untuk merusak, atau dengan maksud menahan data bahan yang diperlukan untuk pelaksanaan

BAB

10

FRAUD PADA MANAJEMEN PERUSAHAAN

A. *Fraud* pada Bagian *Marketing*

Untuk bagian *marketing* tindakan *fraud* bisa terjadi dalam beberapa bentuk yang secara umum seperti mengubah biaya advertising dengan harga yang berbeda dari yang berlaku umum dengan alasan-alasan tertentu, membuat event atau ajang promosi dengan mengundang selebritis secara berlebihan sehingga terkesan lebih pada keinginan mempopuleritakan diri dari manajer marketing tersebut bukan pada usaha untuk menaikkan angka penjualan produk. Atau kadang kala bagian marketing mengatakan bahwa penurunan angka penjualan menurutnya bukan karena kesalah pada bagian marketing, tetapi pada bagian produksi yang tidak mempunyai standar produk terhadap hasil produksinya. Pada bagian ini biasanya pihak manajer pemasaran mulai mencari-cari kelemahan atau membandingkan hasil produk yang dimiliki dengan produk dari perusahaan lain yang sejenis.

Bentuk-bentuk tindakan *fraud*

1. Membuat rencana biaya promosi yang berlebihan atau memberi kesan bahwa dibutuhkan promosi besar-besaran dan itu terkesan diluar kewajaran sehingga di sini dibuatnya anggaran biaya promosi yang lebih besar dari event yang dilaksanakan.
2. Melakukan promosi suatu produk namun sebenarnya tidak sesuai dengan kenyataan yang ada pada produk tersebut.

BAB

11

EARNINGS MANAGEMENT, INSIDER TRADING, DAN AKSI GORENGAN SAHAM DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS

A. Definisi *Earnings Management*

Manajemen laba (*Earning mangemen*) adalah suatu tindakan untuk mengatur laba sesuai keinginan pihak-pihak tertentu, terutama manajemen perusahaan (*company management*). Tindakan *Earning mangemen* yang dilakukan mengandung motifasi-motifasi tertentu. Pengertian manajemen laba menurut Healy dan Wahlen (1992) adalah : “*earning mangemen occurs when managers use judgment in financial reporting and instructing transactions alter fianancial report to either mislead some stockholder about underlying economic performance of the company or to influence contractual that depend or reported accounting numbers*”.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh oleh Tatang Ary Gumanti bahwa “perlu dicatat. disini bahwa manajemen laba tidak harus dikaitkan dengan upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi lebih condong dikaitkan dengan pemilihan metode akuntansi (*accounting method*) untuk mengatur keuntungan yang bisa dilakukan karena memang diperkenankan untuk *accounting regulations*”.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Hadri Kusuma “ Di Indonesia, penelitian indra dan syam dan suwardi, membuktikan relevansi laba dan nilai buku menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu dan menjadi dasar ekspetasi investor masa mendatang. Relevansi laba dan nilai buku juga berhubungan dengan kebijakan pembagian deviden, kualitas akruak dan ukuran perusahaan”.

BAB

12

ETIKA BISNIS DAN ISLAM

A. Sumber Islam

Dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara, dibutuhkan suatu sistem yang dapat mengatur bagaimana sebaiknya dan seharusnya manusia bergaul dengan baik. Sistem yang mengatur mengenai pergaulan tersebut kemudian membuat masyarakat saling menghormati satu sama lain dan memiliki tata krama, sopan santun, dan lainnya yang disebut etika. Etika ini tak hanya dalam pergaulan sehari-hari. Etika diperlukan untuk membentuk dan membangun sikap apapun aspeknya, termasuk etika bisnis Islam. Terlebih, agama Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai norma dan juga sopan santun serta rasa menghargai makhluk satu sama lain.

Dalam Islam, berbisnis juga diatur dalam etika bisnis Islam. Mengingat agama Islam bukan hanya sebuah agama yang dianut oleh manusia, tetapi juga bisa menjadi pedoman hidup bagi para manusia yang menganutnya. Termasuk di dalam etika bisnis Islam, setiap aspek sudah diatur menurut hukum Islam yang berlaku.

Islam mengatur bahwa etika bisnis Islam adalah benar dan tidak bisa dipisahkan dengan hal-hal penting lainnya. Berbagai filosofi di dalam agama Islam mengajarkan tentang bagaimana menjalankan bisnis di dalam etika bisnis Islam. Selain itu, etika bisnis Islam juga mengatur mengenai berbagai konsep bisnis penting lainnya. Sehingga kemudian, etika bisnis Islam dikatakan menggunakan konsep Tauhid. Setelah