

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini, lapangan pekerjaan mulai berkurang atau menyempit. Sementara itu waktu terus berlalu dan *fresh graduate* pun akan terus bertambah. Sehingga setiap tahun nya, kita akan terus bersaing dengan lulusan sebelumnya bila belum mendapatkan pekerjaan atau seringkali disebut pengangguran. Dengan begitu, persaingan dalam mendapatkan pekerjaan akan semakin ketat dan semakin sengit. Bagaimana tidak, setiap orang pasti memiliki ambisi dan potensi yang berbeda-beda serta memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan pekerjaan. Terlebih lagi dengan adanya pandemi yang saat ini masih ada membuat orang-orang semakin sulit mendapatkan pekerjaan.

Pandemi Covid-19 meningkatkan tingkat pengangguran. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa kelompok dengan peningkatan pengangguran terbesar yaitu para kaum muda yang berusia 20-29 tahun. Pada bulan Februari 2021, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) penduduk usia 20-24 tahun sebesar 17,66% meningkat 3,36% dari 14,3% pada periode yang sama tahun lalu. Dibandingkan kelompok umur lainnya, kelompok umur ini memiliki peningkatan TPT terbesar. Peningkatan TPT terbesar kedua ialah penduduk berusia 25-29 tahun. Pada Februari 2021, TPT untuk kelompok usia ini adalah 9,27%, meningkat 2,26% dari 7,01% pada periode yang sama tahun lalu. Berdasarkan sisi pendidikan, lulusan SMA, SMK, dan perguruan tinggi memiliki tingkat pengangguran tertinggi. TPT lulusan SMA naik dari 6,69% tahun lalu menjadi 8,55% tahun ini. Demikian pula lulusan SMK naik dari 8,42% menjadi 11,45%, dan lulusan perguruan tinggi naik dari 5,7% menjadi 6,97%. Menurut Margo Yuwono, Kepala BPS, akibat pandemi Covid-19,

ketenagakerjaan menghadapi setidaknya dua tantangan besar. Pertama, banyak pekerja beralih ke sektor komersial dengan produktivitas rendah, seperti pertanian. Kedua, di masa pandemi ini banyak pekerja beralih ke sektor informal. Peningkatan ini menurunkan komposisi pekerja formal dari 43,36% menjadi 40,38% (Rizaty, 2021).

Situasi pandemi Covid-19 saat ini menjadi fokus perhatian dunia, termasuk Indonesia. Penyebaran COVID-19 terus terjadi dengan cepat dan luas, yang telah berdampak pada seluruh aspek kehidupan manusia, yang salah satunya dalam bidang ekonomi dan komersial (Agung, 2020). Namun, meskipun kita berada di tengah pandemi COVID-19, kita harus selalu memperhatikan perilaku bisnis. Dalam menjalankan aktivitas bisnis, kita tidak dapat melakukannya tanpa etika, yang merupakan titik sentral dari aktivitas bisnis dalam skala global. Hal ini karena berbisnis tidak hanya berdasarkan transaksi, tetapi juga membutuhkan rasa saling percaya antara pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan komersial oleh Muslim, 2018 yang dikutip dalam artikel (Melati & Irzal, 2021).

Pemerintah Indonesia meluncurkan kampanye PPKM (Penegakan Pembatasan Gerakan Masyarakat) pada awal Juli 2021 karena munculnya varian delta baru virus yang menyebabkan peningkatan jumlah orang yang terpapar COVID-19. Selama periode PPKM ini, terjadi peristiwa panic buying dan penimbunan susu beruang di masyarakat. Orang-orang berbondong-bondong membeli susu Beruang, yang terjadi karena banyak yang percaya bahwa susu beruang dapat secara efektif meningkatkan sistem kekebalan tubuh mereka dalam menanggapi kondisi COVID-19. Menurut Enny Sri Hartati, direktur eksekutif Institute for Economic and Financial Development (INDEF), perilaku *panic buying*

ini dipicu oleh faktor psikologis, yang seringkali disebabkan oleh penerimaan masyarakat yang terjadi karena ketidaklengkapan informasi.

Akibat kesibukan tersebut, banyak orang menimbun produk susu merek *Bear*, yang kemudian dijual kembali dengan harga premium. Di pasar ini bahkan sebotol susu dijual seharga 50.000 rupiah, sedangkan harga aslinya hanya 9.000 rupiah. Perilaku ini tidak diragukan lagi bertentangan dengan etika bisnis, dan mereka menimbun produk untuk menaikkan harga secara tidak wajar demi keuntungan pribadi yang besar. Hal tersebut tidak boleh dilakukan karena sebagai pengusaha yang baik kita tidak dapat menghalalkan segala cara untuk mendapatkan hasil yang kita inginkan. Sebagai pelaku bisnis, diharapkan menggunakan cara berbisnis yang baik dan benar tanpa melanggar etika bisnis yang telah ditetapkan. Kita masih bisa melakukan banyak bisnis dengan cara yang baik tanpa merugikan salah satu pihak. Berdasarkan kondisi di atas, maka peneliti berpendapat diperlukan adanya upaya memperbanyak bahan bacaan guna sebagai edukasi mengenai etika bisnis. Dan peneliti sendiri tertarik mengkaji bahan bacaan mengenai etika bisnis yang ada.

Bisnis merupakan komponen penting dalam dinamika kegiatan perekonomian secara mikro dan makro. Pengelolaan bisnis yang berangkat dari pemahaman yang tepat dan mendasar akan etika bisnis dalam semua aktivitasnya sangat penting untuk memastikan kesejahteraan manusia dan lingkungan hidup serta keberlangsungan bisnis itu sendiri di Era revolusi industri 4.0 dan *society 5.0*.

Bisnis adalah kegiatan atau bentuk aktivitas penjualan jasa dan barang yang bertujuan untuk mencari atau memperoleh keuntungan kepada pihak yang berusaha yang berlangsung secara terus menerus selama masih memberikan keuntungan. Bisnis merupakan salah satu kegiatan di bidang ekonomi. Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang

memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan barang dan jasa (*create of good and service*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari Bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan (Putri, 2017).

Etika adalah ilmu tentang norma, nilai, dan ajaran moral, sedangkan moralitas adalah rumusan sistematis dari asumsi tentang apa yang berharga dan apa tugas manusia. Dapat disimpulkan bahwa konsep etika dan moralitas tidak dapat dibedakan berdasarkan kenyataan, tetapi ditegaskan bahwa pengertian etika dapat berupa pengetahuan tentang baik dan buruk, atau dapat berupa norma, nilai, dan ajaran moral itu sendiri. Istilah etiket mengacu pada prosedur perilaku teknis, relatif, eksternal, yang melibatkan hubungan sosial (etiket). Misalnya, etika makan di pertemuan bisnis, etika bisnis adalah alat bagi para pebisnis untuk menjalankan bisnisnya secara lebih etis.

Atasan perusahaan mengharapkan bahkan menuntut karyawan untuk bekerja dengan baik sesuai dengan perjanjian kerja yang telah disepakati, agar tidak merugikan perusahaan. Para pemilik perusahaan juga mengharapkan agar relasi bisnis mereka tidak menipu dan bekerja sesuai dengan perjanjian kerjasama yang telah disepakati. Sebaliknya, para pemilik perusahaan sendiri mengikat dirinya untuk bertindak adil terhadap karyawannya, dengan memberikan gaji yang

seharusnya menjadi milik para karyawan. Para pemilik perusahaan juga mengikat dirinya agar menjalankan bisnis mereka dengan baik dan tidak berbuat curang kepada relasi bisnis mereka.

Etika dalam administrasi bisnis telah menjadi kajian dan pusat perhatian para ilmuwan yang diantaranya ditulis dalam bentuk buku, artikel, jurnal dan lain sebagainya. Ditemukan terdapat perbedaan dan persamaan menurut Refiana berdasarkan indikator mengenai etika bisnis untuk kepentingan penelitian serta menurut Fathoni memiliki definisi serta prinsip mengenai etika bisnis. Hal ini merupakan permasalahan penelitian secara teoritik konseptual. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas bagaimana etika bisnis menurut para ahli dari definisi, arti penting, prinsip-prinsipnya serta perbedaan juga persamaannya dari masing-masing ahli dengan menggunakan metode kepustakaan yang di ambil dari beberapa sumber bacaan yang berhubungan dengan judul penelitian.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk membahas tentang etika bisnis dengan mengambil judul “Kajian kepustakaan tentang penerapan etika dalam administrasi bisnis”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas yang telah penulis sampaikan bahwa permasalahan penelitian dapat diidentifikasi bahwa terdapat keragaman dan perbedaan pendapat para ahli tentang etika dalam administrasi bisnis dari berbagai aspeknya, sehingga menarik untuk diteliti secara ilmiah.

1.3 Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan bahwa rumusan masalahnya yaitu :

- a. Bagaimana yang dimaksud dengan Etika Bisnis menurut para ahli?
- b. Bagaimana arti penting menerapkan Etika Bisnis menurut para ahli?

- c. Bagaimana prinsip-prinsip Etika Bisnis menurut para ahli?
- d. Bagaimana perbandingan aspek-aspek etika dalam administrasi bisnis?

1.4 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya tujuan penelitian yang peneliti buat diantaranya ialah :

- a. Untuk mengetahui yang dimaksud dengan Etika Bisnis menurut para ahli.
- b. Untuk mengetahui arti penting menerapkan Etika Bisnis menurut para ahli.
- c. Untuk mengetahui prinsip-prinsip Etika Bisnis menurut para ahli.
- d. Untuk mengetahui perbandingan aspek-aspek etika dalam administrasi bisnis.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini dapat memperkaya dan melengkapi keilmuan administrasi bisnis dibidang etika bisnis. Selain itu, beberapa bahan buku serta internet yang terungkap dalam penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu bahan masukan bagi kedepannya yang ingin melakukan penelitian studi kepustakaan terutama yang berkaitan dengan etika bisnis dapat diterapkan dengan baik di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini sistematika penulisan penelitian, diantaranya :

- a. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan dan jadwal penelitian.

- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari kajian administrasi bisnis menjelaskan secara arti luas, sempit maupun menurut beberapa ahli, setelah itu kajian teori mengenai pembahasan yang peneliti bahas, lalu penelitian terdahulu yang relevan serta kaitan dengan penelitian terdahulu yang relevan.
- c. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari jenis penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- e. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Jadwal Penelitian

Penelitian dilakukan dengan jadwal yang telah disusun sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jadwal Penelitian

No.	Keterangan	2021								2022										
		Oktober, November				Desember				Januari				Februari				Maret		
						1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	BAB I, BAB II & BAB III																			
4	Bimbingan dan Revisi																			
5	Seminar Usulan Penelitian																			
6	Pengumpulan Data																			
7	Pengolahan Data																			
8	Bimbingan dan Revisi																			
9	Sidang																			

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2021)