



Etika Bisnis di Era Society 5.0



**Chairul Anam, Phie Chyan, Wulandari, Bambang Santoso,
Muniroh, Juwita Azizah, Rusman Alimin, Adryan Rachman,
Jafar Basalamah, Herni Pujiati, Dudung Ahmad Suganda,
Prita Karina Diandra, Michael, Wulan Purnama Sari,
Rahmawati Azizah, Melissa Faradilla Inonu,
Fahdina Hadi Basalamah**

Etika Bisnis di Era Society 5.0

**Chairul Anam, Phie Chyan, Wulandari, Bambang Santoso,
Muniroh, Juwita Azizah, Rusman Alimin, Adryan Rachman,
Jafar Basalamah, Herni Pujiati, Dudung Ahmad Suganda,
Prita Karina Diandra, Michael, Wulan Purnama Sari,
Rahmawati Azizah, Melissa Faradilla Inonu, Fahdina Hadi
Basalamah**



PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta:

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/ atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/ atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/ atau tanpa izin pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/ atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp. 4.000.000.000,- (empat miliar rupiah).

Etika Bisnis di Era Society 5.0

Chairul Anam, Phie Chyan, Wulandari, Bambang Santoso, Muniroh, Juwita Azizah, Rusman Alimin, Adryan Rachman, Jafar Basalamah, Herni Pujiati, Dudung Ahmad Suganda, Prita Karina Diandra, Michael, Wulan Purnama Sari, Rahmawati Azizah, Melissa Faradilla Inonu, Fahdina Hadi Basalamah

ISBN: 978-623-8558-41-4

Editor : Sarwandi, M.Pd.T
Layout : Miftahul Jannah, M.Kom
Desain sampul : Rifki Ramadan

Penerbit
PT. Mifandi Mandiri Digital

Redaksi
Komplek Senda Residence Jl. Payanibung Ujung D Dalu Sepuluh-B
Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang Sumatera Utara

Distributor Tunggal
PT. Mifandi Mandiri Digital
Komplek Senda Residence Jl. Payanibung Ujung D Dalu Sepuluh-B
Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang Sumatera Utara

Cetakan Pertama, September 2024

Hak Cipta © 2024 by PT. Mifandi Mandiri Digital

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, buku berjudul "Etika Bisnis di Era Society 5.0" ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Buku ini dihadirkan sebagai upaya untuk memberikan pandangan dan pemahaman yang mendalam mengenai tantangan etika bisnis di tengah kemajuan teknologi yang pesat, khususnya dalam konteks Society 5.0.

Era Society 5.0 merupakan sebuah konsep masyarakat yang mengintegrasikan dunia fisik dan virtual melalui inovasi teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), serta data besar (big data). Perubahan yang signifikan ini membuka peluang besar bagi perkembangan bisnis, namun juga menimbulkan tantangan yang tidak kalah pentingnya, yaitu bagaimana menjaga etika dan tanggung jawab sosial dalam berbisnis.

Melalui buku ini, kami berupaya mengulas berbagai prinsip etika bisnis yang relevan dalam era digital, serta memberikan pemahaman mengenai bagaimana pelaku bisnis dapat berperan secara bertanggung jawab di tengah transformasi teknologi yang masif. Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, pengusaha, serta masyarakat umum yang ingin memahami lebih jauh tentang etika bisnis dalam era baru ini.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung proses

penulisan dan penerbitan buku ini, baik dari segi materi maupun moral. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis yang lebih etis di masa mendatang.

Medan, Agustus 2024

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Bab 1 Era Society 5.0 dan Etika Bisnis	1
Pendahuluan	1
Era Society 5.0 dan Etika Bisnis	2
Hubungan Etika Bisnis dan Society 5.0	12
Bab 2 Konsep Dasar Bisnis	15
Pendahuluan	15
Definisi Bisnis	15
Jenis-Jenis Bisnis	16
Tujuan Bisnis	17
Elemen Kunci dalam Bisnis	18
Tahapan Memulai Bisnis	20
Tantangan dalam Bisnis	22
Strategi untuk Kesuksesan Bisnis	23
Strategi Digital dalam Bisnis Modern	24
Bab 3 Landasan Teori Etika Bisnis	28
Pendahuluan	28
Teori-teori Etika dalam Bisnis	30
Bab 4 Era Industri Hingga Society 5.0	34
Pendahuluan	34
Era Industri (Industry 1.0)	35
Era Industri 2.0 dan 3.0	36
Era Industri 4.0 (Revolution Industri 4.0)	39
Society 5.0	42

Bab 5 Etika dalam Pengambilan Keputusan Bisnis	48
Pendahuluan	48
Konsep Dasar Etika Bisnis	49
Isu-isu Etika Bisnis	51
Dampak dari Isu-isu Etika Bisnis	53
Kerangka Pengambilan Keputusan Etika Bisnis	54
Model Pengambilan Keputusan Etika Bisnis	57
Bab 6 Prinsip Etis dalam Bisnis	61
Pendahuluan	61
Etika Bisnis	62
Tujuan Etika Bisnis	63
Manfaat Etika Bisnis	65
Prinsip Etika Bisnis	67
Contoh Etika Bisnis	70
Bab 7 Prilaku Produsen dalam Bisnis	73
Pendahuluan	73
Konsep Dasar Prilaku Produsen	74
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Produsen	76
Keputusan Produksi dan Penetapan Harga	77
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Prilaku Produsen	79
Bab 8 Perilaku Konsumen dalam Bisnis	85
Pendahuluan	85
Evolusi Perilaku Konsumen: dari Tradisional ke Digital	85
Motivasi dan Pengambilan Keputusan Konsumen Digital	89
Motivasi dan Pengambilan Keputusan Konsumen Digital	93
Strategi Pemasaran Berbasis Perilaku Konsumen	97
Bab 9 Etika Profesi dalam Bisnis	102
Pendahuluan	102
Etika Profesi dalam Bisnis	103
Bab 10 Etika Manajemen Pemasaran	111
Pendahuluan	111
Fenomena Etika Pemasaran	114
Prinsip Etika dalam Pengelolaan Pemasaran	115

Apa Contoh Etika Pemasaran yang Baik?	121
Kontribusi Ahli	122
Bab 11 Etika Manajemen Sumber Daya Manusia	129
Pendahuluan	129
Tujuan dan Manfaat Etika Manajemen Sumber Daya Manusia	130
Pengertian Etika Manajemen Sumber Daya Manusia	130
Tantangan Internal	132
Tantangan Eksternal	133
Pentingnya Etika Manajemen Sumber Daya Manusia di Era Society 5.0	134
Bab 12 Etika Manajemen Keuangan	144
Pendahuluan	144
Pentingnya Etika dalam Manajemen Keuangan	145
Prinsip-Prinsip Dasar Etika dalam Manajemen Keuangan	146
Etika dalam Pengambilan Keputusan Manajemen Keuangan	149
Etika dalam Praktik Manajemen Keuangan	154
Tantangan dan Prospek Etika Keuangan di Masa Depan	158
Bab 13 Hukum dalam Bisnis	161
Pendahuluan	161
Pengantar Hukum Bisnis	162
Bab 14 Tanggung Jawab Lingkungan Bisnis	171
Pendahuluan	171
Konsep Dasar Tanggung Jawab Lingkungan	172
Peran dan Pentingnya Tanggung Jawab Lingkungan	177
Kebijakan Lingkungan Bisnis	178
Bab 15 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	188
Pendahuluan	188
Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)	190
Perlunya Perusahaan Melakukan CSR	192
Prinsip Dasar Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	194
Fungsi Dilaksanakannya CSR	195
Beberapa Perusahaan Melaksanakan CSR	197

Bab 16 Etos Kerja dan Konsep Keadilan dalam Bisnis	199
Pendahuluan	199
Pentingnya Memiliki Etos Kerja	200
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etos Kerja	200
Tujuan Memiliki Etos Kerja	202
Manfaat Memiliki Etos Kerja	203
Etos Kerja dan Konsep Keadilan dalam Bisnis	203
Bab 17 Etika Bisnis dalam Konteks Global	210
Pendahuluan	210
Etika Bisnis Global	211
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Global	212
Tantangan Global dalam Etika Bisnis	216
Strategi yang Digunakan untuk Membangun Reputasi yang Baik dalam Etika Bisnis Global	218
Daftar Pustaka	220
Tentang Penulis	240

BAB 1 ERA SOCIETY 5.0 DAN ETIKA BISNIS

Pendahuluan

Peran etika dalam mentransformasikan seluruh operasi bisnis sangatlah penting dalam era society 4.0 dan society 5.0. Berbagai penelitian telah membuktikan bahwa teknologi pada prinsipnya dapat meningkatkan dan menggantikan setiap aspek kehidupan manusia, tetapi hakikat manusia itu sendiri tidak sepenuhnya bergantung pada teknologi. Akan tetapi, agar manusia dapat tetap berada di ranah sentral, mereka harus memiliki kompetensi yang mencakup hard skill dan soft skill. Etika bisnis merupakan salah satu aspek terpenting dalam dunia bisnis. Ia berfokus pada standar moral dan prinsip-prinsip panduan yang penting untuk diikuti oleh para pelaku bisnis dan individu saat memulai bisnis.

Sebagaimana yang diketahui bahwa saat ini dunia masih menempati era Industri 4.0. Industri ini sebelumnya merombak sistem yang berpaku pada mesin dan manufaktur menjadi berporos pada informasi. Jadi, gagasan Masyarakat 5.0 berhasil mendobrak pemikiran yang ada bahwa revolusi sudah stagnan dan tidak dapat dilakukan lagi. Harapannya, konsep Society 5.0 bisa membawa perubahan terhadap dunia menjadi lebih baik dengan menyempurnakan ide-ide sebelumnya.

Studi tentang keadaan dunia baru dilakukan karena terungkapnya kurangnya sumber daya manusia untuk mencari informasi penting. Oleh karena itu, manusia dapat mengalami kelelahan dalam proses ini. Selanjutnya, akan terjadi

BAB 2 KONSEP DASAR BISNIS

Pendahuluan

Bisnis adalah aktivitas atau usaha yang diselenggarakan oleh perorangan atau kelompok untuk menghasilkan laba melalui produksi, penjualan baik barang atau jasa. Bisnis memiliki pengaruh dalam ekonomi global, menyediakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong inovasi (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2019). Artikel ini akan membahas konsep dasar bisnis, termasuk definisi, jenis-jenis bisnis, tujuan bisnis, dan elemen-elemen kunci yang diperlukan untuk menjalankan bisnis yang sukses.

Definisi Bisnis

Secara Bisnis adalah aktivitas atau usaha yang dilakukan oleh perorangan atau bersama-sama untuk menghasilkan keuntungan melalui produksi, penjualan baik barang dan jasa. Dalam konteks ini, bisnis dapat berupa perusahaan kecil yang dimiliki oleh satu orang atau korporasi besar dengan ribuan karyawan. Bentuk bisnis bervariasi mulai dari usaha kecil, usaha menengah, hingga perusahaan besar yang beroperasi di berbagai sektor industri.

Secara umum, bisnis dapat dibedakan berdasarkan struktur hukumnya, seperti kepemilikan tunggal, kemitraan, atau korporasi. Kepemilikan tunggal adalah bentuk bisnis yang paling sederhana, di mana satu individu memiliki dan mengoperasikan bisnis tersebut. Kemitraan melibatkan dua

BAB 3 LANDASAN TEORI ETIKA BISNIS

Pendahuluan

Etika bisnis adalah cabang dari etika yang membahas prinsip-prinsip moral yang mengatur perilaku dalam dunia bisnis. Menurut Velasquez (2012), etika bisnis adalah studi tentang standar moral yang diterapkan pada institusi, organisasi, dan perilaku dalam aktivitas bisnis. Etika ini memberikan panduan bagi perusahaan untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai yang diterima secara umum, seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan integritas. Sementara Crane dan Matten (2016) menyatakan bahwa etika bisnis adalah penerapan standar etis dalam keputusan dan tindakan yang diambil oleh individu maupun organisasi bisnis. Dengan kata lain, etika bisnis membantu memastikan bahwa keputusan bisnis tidak hanya berdasarkan pertimbangan ekonomi, tetapi juga memperhitungkan dampaknya terhadap stakeholder lainnya.

Etika bisnis bukanlah konsep yang baru. Menurut Duska (2007), etika bisnis mulai berkembang secara signifikan pada era 1960-an, seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap isu-isu sosial, seperti hak-hak pekerja, diskriminasi, dan tanggung jawab lingkungan. Pada masa ini, masyarakat mulai menuntut agar perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham tetapi juga kepada masyarakat luas. Dalam perkembangannya, etika bisnis terus beradaptasi dengan tantangan globalisasi dan munculnya isu-isu baru seperti hak asasi manusia, keberlanjutan, dan dampak teknologi (Schwartz,

BAB 4 ERA INDUSTRI HINGGA SOCIETY 5.0

Pendahuluan

Era Industri hingga Society 5.0 menggambarkan evolusi masyarakat dan teknologi yang signifikan. Pendekatan dari Era Industri hingga Society 5.0 mencerminkan evolusi yang dramatis dalam masyarakat dan teknologi selama beberapa dekade terakhir. Kemajuan teknologi berlangsung dengan sungguh cepat dengan cara universal pada bermacam sendi kehidupan, alhasil membawa dampak di bermacam perspektif kehidupan serta kegiatan orang di bermacam belahan bumi. Aspek kehidupan yang berganti lumayan penting yakni aspek pertanian, pertambangan serta pula transportasi.

Kemajuan teknologi ini tidak cuma mengganti metode kita bertugas serta berproduksi, namun pula gimana kita berhubungan, berlatih, serta hidup tiap hari. Warga dari bermacam bagian bumi terus menjadi tersambung serta tergantung pada teknologi buat menyediakan kegiatan tiap hari. Alih bentuk ini pula memunculkan tantangan terkini terpaut pribadi informasi, kesenjangan digital, serta akibat sosial yang lain yang butuh diatur dengan cara bijak di era masa depan.

Dengan terdapatnya penyerapan teknologi selaku awal perkembangan penganut individu, menimbulkan daya khalayak serta hewan yang tidak banyak lagi dipakai, perihal ini menciptakan naiknya nilai usia kerja yang belum bekerja walaupun desakan sasaran penciptaan terus menjadi bertambah. Proses aktivitas didalam produksi suatu barang yang berlangsung lebih masif atau *mass production* adalah

BAB 5 ETIKA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS

Pendahuluan

Dunia bisnis yang semakin kompetitif serta dinamis berbagai peran dan budaya diterapkan dalam era globalisasi perusahaan wajib mempunyai tanggung jawab berperan, dan mempunyai tujuan dalam pengelolaan yang terarah dan benar dalam mengikuti etika dan kaidah yang ada saat ini, sedangkan pengambilan keputusan yang sering terjadi tidak hanya menghindari berbagai pelanggaran hukum yang terjadi, tetapi bagaimana mempertahankan dan membangun kepercayaan pada tingkat global untuk menjaga reputasi perusahaan pada jangka panjang dan selanjutnya dalam proses kemajuan usaha (Hartmann, 1980).

Kemajuan usaha tidak luput dari peran serta bagaimana caranya mempertahankan reputasi yang telah dimiliki sebagai perusahaan yang sudah berjaya dan berjasa bagi keberlangsungan perusahaan untuk lebih maju dan tetap berkibar sepanjang masa.

Majunya sebuah perusahaan dikarenakan tingkat kepercayaan stakeholder dalam menjadi pelanggan, investor, karyawan dan masyarakat luas dengan membangun budaya positif meningkatkan integrasi, transparan dan akuntabilitas, meningkatkan daya saing, serta mencegah berbagai resiko yang akan terjadi dalam pengelolaan manajerial yang mengakibatkan terjadinya denda, hukuman dan reputasi yang kita miliki baik

BAB 6 PRINSIP ETIS DALAM BISNIS

Pendahuluan

Di kehidupan bermasyarakat, dunia bisnis diperlukan etika yang harus dipatuhi. Pengertian etika bisnis kerap diartikan sebagai pengetahuan terkait norma atau tata cara dalam pengelolaan bisnis serta moralitas yang mencakup aspek sosial, universal, dan ekonomi. Seseorang yang menerapkan etika bisnis yang baik tentu akan lebih mudah dan mampu dalam mengembangkan bisnisnya dengan baik dan lebih mudah daripada mereka yang tidak menerapkan etika bisnis.

Penerapan etika bisnis adalah suatu hal yang berkaitan dengan penerapan norma di perusahaan. Bagi para pelaku usaha ataupun pebisnis, etika bisnis adalah suatu hal yang sangat perlu dipahami dan perlu diterapkan demi kemajuan perusahaan. Hal ini karena etika bisnis dapat mencerminkan suatu perusahaan di mata publik secara umum dan memiliki dampak yang sangat menentukan keberlangsungan usaha. Etika Bisnis dapat menjadi standar bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional.

Dalam sebuah bisnis, Etika bisnis adalah bagian hal yang saling berkaitan dengan penerapan norma-norma di perusahaan. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.

BAB 7 PRILAKU PRODUSEN DALAM BISNIS

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis yang dinamis, produsen memegang peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dan pertumbuhan ekonomi. Mereka bertanggung jawab untuk menciptakan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen, serta menentukan bagaimana sumber daya ekonomi digunakan dan didistribusikan. Keputusan yang diambil oleh produsen tidak hanya mempengaruhi operasional internal perusahaan tetapi juga berdampak luas pada pasar dan perekonomian secara keseluruhan.

Perilaku produsen dalam bisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari biaya produksi, teknologi, dan sumber daya, hingga regulasi pemerintah dan kondisi pasar. Memahami faktor-faktor ini adalah kunci untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan berdaya saing tinggi.

Revolusi Industri 5.0 adalah era baru yang ditandai dengan perkembangan teknologi yang cepat, seperti kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), big data, serta robotika. Dalam konteks Indonesia, revolusi industri ini memiliki potensi besar untuk mengubah berbagai sektor dan meningkatkan kemajuan ekonomi negara. Salah satu sektor yang dapat terpengaruh secara signifikan adalah sektor manufaktur (Alimin & Ramadhan, 2023).

Pada bab ini disusun dengan tujuan memberikan wawasan yang komprehensif tentang perilaku produsen dalam

BAB 8 PERILAKU KONSUMEN DALAM BISNIS

Pendahuluan

Perilaku konsumen telah mengalami perubahan signifikan dengan perkembangan teknologi digital. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan, tetapi juga bagaimana mereka membuat keputusan pembelian. Dalam era sebelum digital, perilaku konsumen lebih banyak dipengaruhi oleh interaksi tatap muka dan media tradisional seperti iklan di televisi, radio, dan surat kabar. Namun, dengan munculnya internet dan teknologi digital, pola konsumsi dan cara konsumen mengakses informasi telah berubah secara drastis.

Evolusi Perilaku Konsumen: dari Tradisional ke Digital

Teknologi digital telah memungkinkan konsumen untuk memiliki akses yang lebih luas dan cepat terhadap informasi produk dan layanan. Konsumen sekarang dapat membandingkan produk, membaca ulasan, dan mencari rekomendasi dengan mudah melalui platform online. Menurut Sastry (2019), di era digital, perilaku konsumen semakin dipengaruhi oleh teknologi dan akses informasi cepat, yang mengharuskan perusahaan untuk lebih responsif dan adaptif dalam strategi pemasaran mereka. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus memahami bagaimana teknologi mempengaruhi perilaku konsumen untuk dapat merancang

BAB 9 ETIKA PROFESI DALAM BISNIS

Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan kompetisi yang semakin ketat, etika dalam bisnis menjadi fondasi yang krusial untuk menjaga integritas perusahaan dan membangun kepercayaan stakeholders. Etika profesi dalam bisnis bukan hanya tentang mematuhi peraturan hukum, tetapi juga melibatkan pengambilan keputusan yang moral dan bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional. Bab ini akan mengulas secara mendalam mengenai konsep, prinsip, tantangan, manfaat, serta strategi implementasi etika profesi dalam konteks bisnis modern.

Etika profesi dalam bisnis juga merupakan topik yang sangat penting, karena berhubungan langsung dengan integritas, tanggung jawab, dan reputasi organisasi. Dalam konteks bisnis yang semakin global dan kompetitif, etika profesi menjadi landasan bagi perusahaan untuk beroperasi secara jujur, adil, dan transparan. Sebab itu, etika menjadi poin penting dalam berbagai kegiatan maupun profesi yang di emban seseorang.

Etika profesi dalam bisnis, menuntut dan menyadarkan para pelaku bisnis untuk menjadi orang yang profesional. Sehingga profesionalisme menjadi suatu keharusan dalam melakukan bisnis. Hanya saja sering kali sikap profesional dan profesionalisme yang dimaksudkan dalam dunia bisnis hanya terbatas pada kemampuan teknis menyangkut keahlian dan keterampilan yang terkait dengan bisnis seperti manajemen,

BAB 10 ETIKA MANAJEMEN PEMASARAN

Pendahuluan

Selama dekade terakhir, etika bisnis dan etika pemasaran telah menjadi permasalahan yang kerap dibicarakan (Vitell dan Muncy, 1992). Terminologi sopan santun dalam etika diterapkan pada banyak koneksi yang berbeda, contohnya menganalisis atau mendeskripsikan seberapa perilaku atau perbuatan individu itu dinilai buruk atau baik, Anda juga dapat mempelajari standar yang diterapkan individu atas perilaku atau tindakannya dan menunjukkan apa kepastian individu bagus tidaknya. Sebagaimana dikemukakan Jauhari dalam Sinar Harapan (2001), krisis perekonomian Indonesia sejak tahun 1997 belum mampu memberikan pertumbuhan yang jelas dan komprehensif. Penerapan etika pemasaran memastikan bahwa kegiatan pemasaran tidak hanya fokus pada pencapaian tujuan bisnis tetapi juga memperhatikan kepentingan dan kebutuhan pelanggan serta mematuhi standar etika yang berlaku di masyarakat. menciptakan kepercayaan konsumen namun juga dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap bisnis dalam jangka panjang. Sebabnya, Memahami dan menerapkan konsep pemasaran etis pada semua aspek upaya pemasaran bisnis sangatlah penting. Faktanya, ketika krisis ekonomi terjadi, Pencarian keuntungan maksimal sering kali mengabaikan etika dan kurang dipikirkan, sehingga mengakibatkan aktivitas ilegal. Mengabaikan etika tentu dapat merugikan tatanan sosial dan lingkungan.

Karena etika berfungsi sebagai pengekangan, maka etika

BAB 11 ETIKA MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Pendahuluan

Untuk meningkatkan reputasi perbisnisan dan memastikan keberlanjutan suatu bisnis, etika bisnis di Era Society 5.0 memiliki peranan penting, terlebih di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, organisasi bisnis diperlukan strategi yang handal untuk meningkatkan kinerja bisnis, menjaga nilai-nilai yang telah terbangun dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang penting adalah mengembangkan Etika Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM). Fokus Etika Manajemen Sumber Daya Manusia menekankan kepada perilaku benar atau salah dari manusia yang ada dalam organisasi dengan norma dan nilai-nilai yang telah mengakar, supaya tidak dirusak oleh oknum-oknum tertentu yang merusak keberlangsungan organisasi.

Tantangan utama organisasi dapat berasal dari dalam dan dari luar organisasi, dari dalam disebabkan oleh perilaku pegawai yang tidak mengutamakan pada keberlangsungan bisnis dengan melakukan pelanggaran perilaku yang salah dengan mengutamakan keuntungan pribadi dari bisnis organisasi secara keseluruhan, seperti dalam pembelian bahan baku produksi yang tidak sesuai dengan spesifikasi dengan harga tetap sama sehingga setelah selesai produksi kualitas barang menjadi tidak bagus seperti sejak awal produksi dan mengurangi minat konsumen. Tantangan dari luar biasanya

BAB 12 ETIKA MANAJEMEN KEUANGAN

Pendahuluan

Etika dalam manajemen keuangan merupakan aspek fundamental yang mempengaruhi kestabilan dan integritas pasar keuangan. Etika keuangan melibatkan prinsip-prinsip moral dan standar yang mengarahkan perilaku individu dan organisasi dalam pengambilan keputusan keuangan. Etika ini berperan penting dalam menjaga kepercayaan antara pelaku pasar dan memastikan bahwa keputusan yang diambil tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga adil dan bertanggung jawab secara sosial.

Definisi etika keuangan mencakup serangkaian nilai dan prinsip yang membantu individu dan organisasi dalam membedakan antara tindakan yang benar dan salah dalam konteks keuangan. Etika ini meliputi kejujuran, transparansi, tanggung jawab, dan integritas. Menurut Boatright (2013), etika dalam keuangan sangat penting untuk menjaga kepercayaan pasar dan stabilitas ekonomi, dengan menyatakan bahwa "tanpa kepercayaan, pasar keuangan tidak akan berfungsi dengan baik, mengakibatkan ketidakstabilan yang merugikan semua pihak". Hal ini menekankan bahwa tanpa etika, fondasi kepercayaan yang mendukung operasi pasar keuangan dapat runtuh, menyebabkan ketidakstabilan dan kerugian yang meluas.

Signifikansi etika dalam manajemen keuangan tidak hanya terbatas pada aspek moral tetapi juga memiliki implikasi praktis yang luas. Etika yang kuat dalam praktik keuangan

BAB 13 HUKUM DALAM BISNIS

Pendahuluan

Indonesia, sebagai ekonomi yang berkembang pesat, memiliki kerangka hukum yang kuat yang mengatur aktivitas bisnis di dalam negeri. Lanskap hukum bisnis di Indonesia dibentuk oleh kombinasi legislasi nasional, regulasi regional, dan perjanjian perdagangan internasional. Pada inti kerangka hukum ini terdapat prinsip-prinsip hukum kontrak yang berfungsi sebagai dasar untuk berbagai transaksi dan hubungan bisnis. Prinsip-prinsip ini meliputi kebebasan berkontrak, prinsip konsensus, dan sifat mengikat dari perjanjian, yang tidak hanya mengatur pembentukan dan pelaksanaan kontrak bisnis domestik tetapi juga transaksi komersial internasional.

Seiring dengan perkembangan ekonomi Indonesia, prinsip-prinsip hukum kontrak terus beradaptasi dengan kebutuhan lingkungan bisnis yang berubah, terutama dalam konteks globalisasi dan pasar bebas. Fleksibilitas dan adaptabilitas prinsip-prinsip hukum ini sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia dan memastikan kelancaran fungsi lanskap bisnisnya. Pemahaman yang komprehensif tentang prinsip-prinsip dasar hukum bisnis di Indonesia menjadi sangat penting bagi para pemangku kepentingan domestik dan internasional yang beroperasi dalam lanskap komersial negara ini.

Hukum bisnis di Indonesia mencakup aturan, regulasi, dan prinsip-prinsip hukum yang mengatur pembentukan, operasi, dan pembubaran bisnis, serta transaksi dan sengketa

BAB 14 TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN BISNIS

Pendahuluan

Tanggung jawab bisnis terhadap lingkungan telah mengalami perubahan besar sejak munculnya era Society 5.0, di mana teknologi informasi dan komunikasi (ICT) menjadi pusat integrasi antara manusia, mesin, dan lingkungan hidup. Era ini menekankan pentingnya bagi bisnis untuk tidak hanya mengelola dampak lingkungan dengan lebih efektif, tetapi juga memanfaatkan teknologi untuk menciptakan solusi yang berkelanjutan. Inovasi dalam energi terbarukan, *Internet of Things* (IoT), dan kecerdasan buatan memberikan peluang besar bagi bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka, mengurangi jejak karbon, dan memperbaiki kualitas lingkungan.

Selain tanggung jawab terhadap lingkungan fisik, bisnis di era Society 5.0 juga semakin menekankan pentingnya berkontribusi positif terhadap kesejahteraan sosial, termasuk keadilan sosial, hak asasi manusia, dan inklusi gender. Kolaborasi yang kuat antara bisnis, pemerintah, dan masyarakat sipil menjadi kunci untuk mencapai tujuan bersama terkait keberlanjutan ini, mengingat tantangan global seperti perubahan iklim dan keterbatasan sumber daya alam yang semakin kompleks.

Menurut penelitian oleh (Suharni, 2019) organisasi di seluruh dunia semakin menyadari peran mereka, dengan

BAB 15 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Pendahuluan

Di samping tanggung jawab bisnis terhadap orang di lingkungannya dengan mengikutsertakan pekerja sebagai karyawan, dengan tidak sangat membatasi jumlah pekerja karena takut biaya tenaga kerja terlalu tinggi, maka bisnis juga memiliki tanggung jawab sosial lainnya. Dunia bisnis hidup di tengah-tengah masyarakat. Kehidupannya tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat. Oleh sebab itu, ada suatu tanggung jawab sosial yang dipikul oleh bisnis. Banyak kritik dilancarkan oleh masyarakat terhadap bisnis, yang kurang memperhatikan lingkungan.

Apa tanggung jawab bisnis terhadap masyarakat? Banyak timbul perbedaan pendapat mengenai hal tersebut. Tanggung jawab bisnis hanya terbatas sampai menghasilkan barang dan jasa buat konsumen dengan harga yang murah. Selain itu tanggung jawab bisnis jangan mengambil keuntungan besar, tetapi sewajarnya. Pendapat lain mengatakan bisnis harus turut mengatasi masalah yang terjadi di masyarakat (Alma, Buchari., 2003).

Suatu tindakan hanya bisa dianggap sebagai tindakan yang bermoral kalau dilaksanakan dengan tahu dan mau. Kondisi tersebut menuntut pertanggungjawaban secara moral. Artinya, orang bisa bertanggung jawab jika ia sendiri melakukan tindakan secara sadar dan dengan kemauan

BAB 16 ETOS KERJA DAN KONSEP KEADILAN DALAM BISNIS

Pendahuluan

Etos kerja merupakan sebuah keyakinan yang dimiliki seseorang dalam melakukan sesuatu hal pekerjaan dengan tekad bekerja keras dan memberikan yang terbaik. Berdasarkan KBBI, etos kerja merupakan semangat kerja yang menjadi ciri khas dan keyakinan seseorang atau suatu kelompok. Adanya etos kerja menjadi sangat penting karena mencerminkan kualitas diri dari seseorang di dunia kerja.

Dunia kerja membutuhkan orang-orang yang berkemauan dan pekerja keras. Orang-orang yang memiliki kecakapan dan kemampuan dalam bekerja. Dunia kerja memerlukan keahlian tertentu yang sudah tentu didapat dari adanya suatu sikap yang disebut beretos kerja. Seorang yang ahli tentu memiliki suatu sikap etos kerja yang tinggi sebelum ia menjadi ahli. Semangat dan tekad terhadap pekerjaan yang ia tekuni ini yang menjadikannya berharga dan dihargai di dunia kerja. Apa yang ia lakukan akhirnya membuahkan hasil yang sepadan dari apa yang ia kerjakan, baik dalam bentuk penghargaan, upah maupun gaji. Suatu penghargaan terhadap diri yang didapat dari hasil beretos kerja. Maka sikap etos kerja inilah yang menjadi hal yang patut diteladani dan menjadi hal yang penting bagi seseorang atau individu.

BAB 17 ETIKA BISNIS DALAM KONTEKS GLOBAL

Pendahuluan

Saat ini diketahui bahwa etika adalah sesuatu yang sangat penting tidak hanya dalam bermasyarakat, tetapi didalam dunia bisnis diperlukan etika yang harus di patuhi. Etika dimaksudkan untuk membantu manusia bertindak secara bebas tetapi tetap dapat dipertanggungjawabkan karena terdapat alasan dan pertimbangan dalam setiap tindakannya. karena kebanyakan manusia melakukan kewajiban namun tidak mengetahui terkait dengan nilai yang terkandung di dalamnya.

Konsep etika bisnis di mulai pada 1960-an ketika perusahaan mulai menyadari pentingnya mempertimbangkan nilai moral yang baik seperti kejujuran, keadilan dan tanggung jawab dengan memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan bisnis yang di ambil dengan tujuan untuk membangun reputasi yang kuat guna memenangkan kepercayaan dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan maupun konsumen.

Etika yang baik akan membantu perusahaan dalam mengembangkan bisnis dengan baik sesuai dengan pedoman yang di tetapkan oleh sebuah perusahaan. Karena dapat membedakan antara salah dan benar dalam memberikan pertimbangan untuk mengambil keputusan yang ideal yang berlaku secara umum.

Daftar Pustaka

- Abdillah. A., 2014. “Inovasi Dan Pengembangan Produk UKM Handikraf Untuk Pasar Pariwisata Di Bali”, Program Studi Pariwisata, Jurusan Administrasi Bisnis FIA UB.
- Abiyoso, Y. (2018). Improving the Ease of Doing Business in Indonesia: Problems Related to Contract Enforcement in the Court. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 175(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/175/1/012032>
- Acevedo, A. (2023). Ethical Leadership Insights from King Lear. *Business and Professional Ethics Journal*, 42(2), 143–170. <https://doi.org/10.5840/bpej2023612139>
- Adeusi, K. B., Jejenywa, T. O., & Jejenywa, T. O. (2024). Advancing financial transparency and ethical governance: innovative cost management and accountability in higher education and industry. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(5), 1533-1546.
- Adiningsih, Sri, Dr: The Indonesia Business Rop in AFTA, *Indonesia Business Perspective*, Volume V, No. 3, PT. Harvest International Indonesia, March, 2003, hal 20
- Afiff, Faisal. 2012. Pilar Pilar Ekonomi Kreatif. Artikel. Universitas Bina Nusantara: Jakarta.
- Agus, A., Aziza, N., & Bongaya, S. T. I. E. M. (2020). The effects of ethical factors in financial statement examination: Ethical framework of the input process output (IPO) model in auditing system basis. *International Journal of Financial Research*, 11(2), 136-145.
- Agustini, K.L., *Persaingan Industy 4.0 di ASEAN: Dimana Posisi Indonesia?: Forbil Institute (2018).*
- Ahmad, D., & Solre, G. F. B. (2023). International Business Law Concerning Domestic and an International Trade. *American Journal of Applied Sciences*, 20(1), 1–16. <https://doi.org/10.3844/ajassp.2023.116>

- Aldrich, J. (2023). Good, Economic Welfare, and the National Dividend - Pigou's Welfare Triad. *Journal of the History of Economic Thought*, 28(2).
<https://doi.org/10.1017/S1053837221000584>
- Alhammadi, S., Archer, S., Padgett, C., & Abdel Karim, R. A. (2018). Perspective of corporate governance and ethical issues with profit sharing investment accounts in Islamic banks. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 26(3), 406-424.
- Aliaj, E. (2014). Applicability of legal norms in resolving the commercial disputes. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 72-75.
<https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n23p72>
- Alimin, R., & Ramadhan, A. S. (n.d.). Revolusi Industri 5.0 dalam Perspektif Daerah Provinsi Sulawesi Barat.
- Alketbi, A. H. S. B., del Rio, J. A. J., & Fernández, A. I. (2022). Exploring the role of human resource development functions on crisis management: The case of Dubai-UAE during the Covid-19 crisis. *PLoS ONE*, 17(3 March), 1-20.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263034>
- Alma, Buchari. 2003. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Alvarez-Meaza, I., Pikatza-Gorrotxategi, N., & Rio-Belver, R. M. (2020). Sustainable business model based on open innovation: Case study of Iberdrola. *Sustainability*, 12(24), 10645.
- Amnesty International (2017) *Discrimination* [online]
<https://www.amnesty.org/en/what-we-do/discrimination/>
- Anggraeni, T., Gaffar, V., Disman, D., Dewi Dirgantari, P., & Handayani, T. (2023). Tourist Satisfaction in Era Society 5.0 As a Marketing Strategy. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(6), 877-887.
<https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i6.1509>
- Anidjar, L. Y. (2018). Toward relative corporate governance regimes: rethinking concentrated ownership structure around the world. *Stanford Law & Policy Review*, 30, 197-

261. <https://ssrn.com/abstract=3153995>
- Antràs, P., & Yeaple, S. R. (2014). Multinational firms and the structure of international trade. In *Handbook of International Economics* (Vol. 4, pp. 55–130). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-54314-1.00002-1>
- Apriani, D., Suriaatmadja, T. T., & Syafrinaldi. (2019). Building the law of Indonesian business competition based on Islamic economic principles. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 241–245.
- Aprilia, Firnanda D., 2021. “Keadilan dalam Bisnis”,
- Arijanto, Agus. (2014). *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis, Cara Cerdas dalam memahami Konsep dan Faktor-faktor Etika Bisnis dengan Beberapa Contoh Praktis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2021). *Marketing: An Introduction*. Pearson.
- Arvin William Wiryawinata Arvin William Wiryawinata. (2023). Prinsip Etika Bisnis: Pengertian, Manfaat, P. dan C. M. J. <https://www.jurnal.id/id/blog/prinsip-etika-bisnis-sbc>.
- (2023). Prinsip Etika Bisnis: Pengertian, Manfaat, Prinsip dan Contohnya. Mekar Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/prinsip-etika-bisnis-sbc/>
- Atalla, A. D. G., Mahmoud Elseesy, N. A., El-Ashry, A. M., Sharif, L. S., Mahsoon, A., Aljohani, W. F., & Sobhi Mohamed, S. M. (2024). Unraveling the synergy: how organizational intelligence fuel soft skills and nurses’ thriving: a cross-sectional study. *BMC Nursing*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12912-024-01933-w>
- Atty, Christine P., & Carpio-Aldeguer. (2014). Law on obligations and contracts in the Philippines an overview. <http://ssrn.com/abstract=2429979> copyavailableat:<https://ssrn.com/abstract=2429979> Electroniccopyavailableat:<https://ssrn.com/abstract=2429979>
- Azevedo, M. L., Silva, S. T., & Afonso, Ó. (2012). Intellectual Property Rights and Endogenous Economic Growth—Uncovering the Main Gaps in the Research Agenda. In

- Technological Chance (pp. 1–238). www.intechopen.com
- Babayanju, A. G. A., Animasaun, R. O., & Sanyaolu, W. A. (2017). Financial reporting and ethical compliance: The role of regulatory bodies in Nigeria. *Account and Financial Management Journal*, 2(2), 600–616.
- Bambang, I., Sujana, I. N., & Sriasih Wesna, P. A. (2022). Legal accountability of a sole director in micro and small limited liability company. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(8), 1048–1060. <https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i8.123>
- Barnadi Putera. Jakarta: Erlangga.
- Barshack, L. (2023). Children’s Participation in Divorce Proceedings Arendtian Critique. *Canadian Journal of Law and Jurisprudence*, 36(2), 317–339. <https://doi.org/10.1017/cjlj.2022.34>
- Batat, W. (2019). *Experiential marketing: Consumer behavior, customer experience and the 7Es*. Routledge.
- Bayern, S., Burri, T., Grant, T. D., Häusermann, D. M., Möslin, F., & Williams, R. (2017). Company Law and Autonomous Systems: A Blueprint for Lawyers, Entrepreneurs, and Regulators. *Hastings Science and Technology Law Journal*, 9(2), 135–161. http://repository.uchastings.edu/hastings_science_technology_law_journal/vol9/iss2/1http://repository.uchastings.edu/hastings_science_technology_law_journal/vol9/iss2/1
- Bertens, K. (2011). *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bertens, K. 2013. *Pengantar Etika Bisnis*. Penerbit Kanisius: Yogyakarta.
- Besen, S. M., & Raskind, L. J. (1991). An Introduction to the Law and Economics of Intellectual Property. In *Journal of Economic Perspectives* (Vol. 5).
- Bezuidenhout, S. (2022). *An explanation for the emerging shift from compliance culture to ethical culture in the financial industry* (Doctoral dissertation, Stellenbosch: Stellenbosch University).
- Boadu, F. O. (2016). Commercial Law. In *Agricultural Law and*

- Economics in Sub-Saharan Africa (pp. 185–213). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-801771-5.00006-X>
- Boatright, J. R. (2013). *Ethics in finance*. John Wiley & Sons.
- Boatright, J. R. (2017). *Ethics and the conduct of business* (8th ed.). Pearson.
- Bondoc, M. D., & Taicu, M. (2019). Ethics in financial reporting and organizational communication. *Scientific Bulletin-Economic Sciences*, 18(3), 168-174.
- Brian Patrick Green, David DeCosse, Kirk Hanson, Don Heider, Margaret R. McLean, Irina Raicu, & Ann Skeet. (2020). A University Applied Ethics Center: The Markkula Center for Applied Ethics at Santa Clara University. *Journal of Moral Theology*, 9(2), 209–228.
- Brown, C. A., Colborne, C. H., McMullan, W. E., & McMullan, W. E. (1988). Legal issues in new venture development. *Journal of Business Venturing*, 3, 273–286.
- Bulo, A., Mahalu, F., Vilanculos, A., Mabjaia, E., Maite, A., & Macuacua, J. (2020). Analysis of the level of compliance with the code of ethics in the accounting profession. *Journal of Accounting and Taxation*, 12(3), 108-117.
- Burfeindt, C., Darmann-Finck, I., Stammann, C., Stegbauer, C., Stolle-Wahl, C., Zündel, M., & Rothgang, H. (2024). Study protocol for the development, trial, and evaluation of a strategy for the implementation of qualification-oriented work organization in nursing homes. *BMC Nursing*, 23(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12912-024-01883-3>
- Burk, D. L. (2016). Intellectual Property Rights. In *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* (pp. 1–5). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect018>
- Burns, C. J., Houghton, L., Delaney, D., & Shannon, C. (2023). Ethical decision-making in indigenous financial services: QSuper case study. *Journal of Business Ethics*, 186(1), 13-29.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer relationship management: concepts and technologies*. Routledge.

- Carroll, A. B. (2015). Societies for Business Ethics. Wiley Encyclopedia of Management, January, 1–3. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom020042>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Pearson UK.
- Chakrabarty, S., & Erin Bass, A. (2015). Comparing virtue, consequentialist, and deontological ethics-based corporate social responsibility: Mitigating microfinance risk in institutional voids. *Journal of Business Ethics*, 126, 487–512.
- Chan, K. C., Fung, H. G., & Yau, J. (2010). Business Ethics Research: A Global Perspective. *Journal of Business Ethics*, 95(1), 39–53. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0346-z>
- Chaudhry, N. I., Asad, H., & Hussain, R. I. (2020). Environmental innovation and financial performance: Mediating role of environmental management accounting and firm's environmental strategy. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 14(3), 715–737.
- Chris Skinner, *Manusia Digital, Revolusi Ke Empat Umat Manusia Mencakup Semua Orang*, Penerbit Gramedia, Jakarta (2018).
- Chuch, William. (2001). *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ciullo, A., Kwakkel, J. H., De Bruijn, K. M., Doorn, N., & Klijn, F. (2020). Efficient or fair? Operationalizing ethical principles in flood risk management: A case study on the Dutch-German Rhine. *Risk Analysis*, 40(9), 1844–1862.
- Cole, R. A., & Sokolyk, T. (2018). How do firms choose legal form of organization? <https://ssrn.com/abstract=2028176>
- Corea, F., Fossa, F., Loreggia, A., Quintarelli, S., & Sapienza, S. (2023). A principle-based approach to AI: the case for European Union and Italy. *AI and Society*, 38(2), 521–535. <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01453-8>
- Corsico, P. (2020). Psychosis, vulnerability, and the moral significance of biomedical innovation in psychiatry. Why ethicists should join efforts. *Medicine, Health Care and Philosophy*, 23(2), 269–279.

- <https://doi.org/10.1007/s11019-019-09932-4>
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (4th ed.). Oxford University Press.
- Crowther, D. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Guler Aras & Ventus Publishing ApS.
- Daft, Richard L. (2010). *Era Baru Manajemen*, terj. Tita Maria Kanita. Jakarta: Salemba
- dari Plato sampai dengan Nietzsche. Jakarta: Kanisius.
- De Bruin, B. (2015). *Ethics and the global financial crisis*. Cambridge University Press.
- Dornberger, R. (Ed.). (2020). *New trends in business information systems and technology: digital innovation and digital business transformation* (Vol. 294). Springer Nature.
- Efimov, I., Harth, V., & Mache, S. (2024). "That was one of my most difficult and biggest challenges": experiences, preconditions and preventive measures of health-oriented leadership in virtual teams – A qualitative study with virtual leaders. *BMC Public Health*, 24(1), 1–28. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-18800-7>
- Empat.
- Endri, E., Utama, A. P., Aminudin, A., Effendi, M. S., Santoso, B., & Bahiramsyah, A. (2021). Coal price and profitability: Evidence of coal mining companies in Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(5), 363-368.
- Ensign, P. C. (1999). The multinational corporation as a coordinated network: Organizing and managing differently. *Thunderbird International Business Review*, 41(3), 291–322.
- Ethics Resource Center. (2018). Research and publications. Diakses dari <https://www.ethics.org/research-and-publications/>
- Falaq, Y. (2020). Education of Citizenship in Higher Education as A Fortress of Nation Characters in Facing Era Society 5.0. *Journal of Educational Sciences*, 4(4), 802-812.

- Ferramosca, S., D'Onza, G., & Allegrini, M. (2017). The internal auditing of corporate governance, risk management and ethics: comparing banks with other industries. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 12(3), 218-240.
- Firdaus, Y. E., Refnita, D., & Saputra, A. (2021). the Mustahik Zakat in Various Dimensions of Fiqh in Era Society 5.0. *El-Mashlahah*, 11(1), 13–28.
<https://doi.org/10.23971/elma.v11i1.2285>
- Florida Tech (2017) The 5 Biggest Ethical Issues Facing Businesses [online]
<https://www.floridatechonline.com/blog/business/the-5-biggest-ethical-issues-facing-businesses/>
- Florida Teknologi (2017) 5 Masalah Etika Terbesar yang Dihadapi Bisnis [online]
- Forsythe, L. M., Davis, L. Y., & Mueller, J. M. (2018). Guiding entrepreneurs through the quagmire of business entities—three hypothetical scenarios for discussion. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(3), 258–271.
<https://doi.org/10.1177/2515127418782144>
- Franklin, E. H. (2016). A rational approach to business entity choice. *Kansas Law Review*, 64, 1–91.
<http://cdn.media.abc.go.com/m/>
- Freedman, J. (2018) What Is an ‘Ethical Issue’ in Financial Accounting? [online]
<https://smallbusiness.chron.com/ethical-issue-financial-accounting-Amnesty>
- Freedman, J. (2018) What Is an ‘Ethical Issue’ in Financial Accounting? [online]
<https://smallbusiness.chron.com/ethical-issue-financial-accounting->
- Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A Stakeholder approach. in *Strategic management: A Stakeholder Approach*.
- Freeman, R. E., Harrison, J.s., Wicks, A. C., Parmar, B., & Colle, S. de. (2010) *Stakeholder Theory; The strategi of the Art*.

- Freeman, S. D. D. R. E. (2023). Selected Works on Stakeholder Theory and Business Ethics. Mollie Painter-Morland · Frank den Hond. <https://dokumen.pub/r-edward-freemans-selected-works-on-stakeholder-theory-and-business-ethics-issues-in-business-ethics-53-1st-ed-2023-3031045637-9783031045639.html>
- Freihat, A. F. (2024). Navigating ethics: Insights into external auditor compliance from financial managers and internal auditors in Jordanian companies. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 21, 908-925.
- George, B., & Paul, J. (2020). Digital transformation in business and society. Springer International Publishing.
- Greenhope. (2020). Beragam Inisiatif Green Di Kalangan Korporasi. Diambil kembali dari <https://www.greenhope.co/news-blogs/greenhope-for-swa-magazine>
- Grundy, Q., Mayes, C., Holloway, K., Mazzarello, S., Thombs, B. D., & Bero, L. (2020). Conflict of interest as ethical shorthand: understanding the range and nature of “non-financial conflict of interest” in biomedicine. *Journal of Clinical Epidemiology*, 120, 1-7.
- Hadi, N. (2014). Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Haliti, F., Haliti, D., & Haliti, D. (2023). Awareness of Ethical Principles, Professional Behavior, and Ethical Treatment of Patients Among Medical and Dental Students. *International Journal of Biomedicine*, 13(2), 333-337. [https://doi.org/10.21103/Article13\(2\)_OA25](https://doi.org/10.21103/Article13(2)_OA25)
- Handoko, T. Hani ; Indarti, Nurul ; Almahendra, Rangga. (2012). Manajemen dalam Berbagai Perspektif. Jakarta: Erlangga.
- Hardoko, A., Tindangen, M., & Harsanto, F. H. T. (2024). Education Policy in Indonesia: Elementary School Readiness through the Organisasi Penggerak Program to Realize the Vision of the Pancasila Student Profile in the Era of Society 5.0. *International Journal of Religion*, 5(6), 480-

491. <https://doi.org/10.61707/wanakp38>
- Hartman, Laura, P., dan DesJardins, J. 2011. *Etika Bisnis: Pengambilan Keputusan untuk Integritas Pribadi & Tanggung Jawab Sosial*. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Hartmann, C. J. (1980). Ethical Theory and Business. *American Business Law Journal*, 18(1), 118–123. <https://doi.org/10.1111/j.1744-1714.1980.tb00033.x>
- Harvard Business Review. (2016). Business ethics. Diakses dari <https://hbr.org/topic/business-ethics>
- Hendry, J. (2013). *Ethics and finance*. Cambridge University Press.
- Herlambang, L. W. A. T., Lestari, M. I. A. A. W. E. Y. V., Fitriani, I. B., Utami, E. Y., Samosir, C. B. H. E., & Sianipar, N. S. R. (2023). *Buku Digital - Etika Bisnis dan Profesi (Issue December)*.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2019). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization*. Cengage Learning.
- Hoa, D. T. P., & Khoi, N. V. (2017). Vietnamese small and medium-sized enterprises: Legal and economic issues of development at modern stage. *Economic Annals-XXI*, 165(5–6), 128–132. <https://doi.org/10.21003/ea.V165-26>
- <https://binus.ac.id/malang/2023/08/pengertian-etika-bisnis-fungsi-dan-contohnya/>
- <https://blog.skillacademy.com/etos-kerja-adalah> diakses pada Kamis, 11 Juli 2024, pukul 13.56 bertempat di Bandar Lampung.
- <https://tirto.id/pengertian-etika-bisnis-menurut-ahli-velsques-hingga-de-george-gupP>
- <https://www.esb.id/id/inspirasi/etika-bisnis-pengertian-manfaatnya-dan-penerapannya>
- <https://www.floridatechonline.com/blog/business/the-5-biggest-ethical-issues-facing-businesses/> (diakses 11 Februari
- Inamura, K. (2023). The Eleatic Stranger’s Method in Aristotle’s Ethics. *Cambridge Classical Journal*, 69, 22–43.

- <https://doi.org/10.1017/S1750270523000027>
Institute of Business Ethics. (2016). Guidance and resources. Diakses dari <https://www.ibe.org.uk/guidance-resources.html>
- Iwai, K. (2002). The nature of the business corporation: Its legal structure and economic functions. *The Japanese Economic Review*, 53(3), 243–273.
Jakarta: Serambi.
- Johnson, J. (2023). A New Strategy for Animal Research: Attending to Dissent. *Animals*, 13(9), 1–10.
<https://doi.org/10.3390/ani13091491>
- Jubilee, R. V. W., Kamarudin, F., Latiff, A. R. A., Hussain, H. I., dan Tan, K. M. (2021). Do Islamic versus conventional banks progress or regress in productivity level, *Future Business Journal*, (7)22, 1-22.
- Juhaya S. Praja, *Aliran-Aliran Filsafat dan Etika*, Jakarta, penerbit Kencana, 2005.
- Kabul, E.R.,; Bahiramsyah, A., Zami, A.,; Santoso, B.,; Lazuarady, B.,; Nurbaitu., D.,; Kurniawan, F.,; Mulyanto.,; Nurima; Musa, S.N. (2022). Strategi pengembangan sumber daya manusia dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 menuju era society 5.0. Surabaya: CV. Mitra Mandiri Persada.
- Kagoro Oyo, T. (2015). Credit management policies and financial performance.
- Karakose, T., Demirkol, M., Yirci, R., Polat, H., Ozdemir, T. Y., & Tülübaş, T. (2023). A Conversation with ChatGPT about Digital Leadership and Technology Integration: Comparative Analysis Based on Human–AI Collaboration. *Administrative Sciences*, 13(7).
<https://doi.org/10.3390/admsci13070157>
- Kaur, J., Jindal, P., & Singh, A. (Eds.). (2022). Developing relationships, personalization, and data herald in marketing 5.0. IGI Global.
- Keikhosrokiani, P. (Ed.). (2022). Handbook of research on consumer behavior change and data analytics in the socio-

- digital era. IGI Global.
- Keraf, A., Sonny. 1991. *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur*. Penerbit Kanisius: Yogyakarta.
- Khawari, A. F., & Santoso, B. (2024). Pengaruh Survei Keterlibatan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Di Perusahaan Start Up. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1).
- Klasa, S., Ortiz-Molina, H., Serfling, M., & Srinivasan, S. (2018). Protection of trade secrets and capital structure decisions. *Journal of Financial Economics*, 128(2), 266–286. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2018.02.008>
- Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E., & Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age—A research agenda. *Journal of Consumer Affairs*, 57(1), 507-528.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta:
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. . (2005). *Corporate Social Responsibility : Doing the most good for your company and your cause new jersey*. New Jersey: John Willey and Sons, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Plilip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). *MKTG*. Cengage Learning.
- Latifani, D. (2020). Renewal of the national contract law. *Jurnal Hukum Progresif*, 8(2), 137–150. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v6i3.192>
- Lebacqz, Karen. 2014. “Teori-teori Keadilan: Six Theories of Justice”, Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Leisch, F., Dolnicar, S., & Grün, B. (2018). Market segmentation analysis: Understanding it, doing it, and making it useful.

Springer.

- Li, A., Gao, L., Chen, S., Zhao, J., Ujjiyad, S., Huang, J., ... & Bryan, B. A. (2021). Financial inclusion may limit sustainable development under economic globalization and climate change. *Environmental Research Letters*, 16(5), 054049.
- Mahisa, R. A. (2023, November). REVOLUSI INDUSTRI 5.0 DALAM PERSPEKTIF DAERAH PROVINSI SULAWESI BARAT. In *TECHNOPEX 2023*.
- Manderius, C., Clintståhl, K., Sjöström, K., & Örmon, K. (2023). The psychiatric mental health nurse's ethical considerations regarding the use of coercive measures – a qualitative interview study. *BMC Nursing*, 22(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s12912-023-01186-z>
- Margherita, E. G., & Braccini, A. M. (2021). Managing industry 4.0 automation for fair ethical business development: A single case study. *Technological Forecasting and Social Change*, 172, 121048.
- Mathur, V., & Arora, S. (2020). *Digital Marketing*. PHI Learning Pvt. Ltd.
- McGrath, J., & Walker, C. (2023). Regulating ethics in financial services: Engaging industry to achieve regulatory objectives. *Regulation & Governance*, 17(3), 791-809.
- Melé, D., Rosanas, J. M., & Fontrodona, J. (2017). Ethics in finance and accounting: Editorial introduction. *Journal of Business Ethics*, 140, 609-613.
- Mhlanga, D. (2020). Industry 4.0 in finance: the impact of artificial intelligence (AI) on digital financial inclusion. *International Journal of Financial Studies*, 8(3), 45.
- Monseau, S. (2011). The challenge of protecting industrial design in a global economy. <http://ssrn.com/abstract=1942312> Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1942312>
- Mulyaningsih, dkk, *Etika Bisnis*, Penerbit: CV Kimfa Mandiri, Cetakan Pertama, Januari (2017).
- Munoko, I., Brown-Liburd, H. L., & Vasarhelyi, M. (2020). The

- ethical implications of using artificial intelligence in auditing. *Journal of Business Ethics*, 167(2), 209-234.
- Narayanan, S., & Kalyanam, K. (2020). Behavioral Targeting, Machine Learning and Regression Discontinuity Designs (No. 3925).
- Nath, S. V., Dunkin, A., Chowdhary, M., & Patel, N. (2020). *Industrial Digital Transformation: Accelerate digital transformation with business optimization, AI, and Industry 4.0*. Packt Publishing Ltd.
- Németh, B. (2023). Coordinated Control Design for Ethical Maneuvering of Autonomous Vehicles. *Energies*, 16(10), 1–22. <https://doi.org/10.3390/en16104254>
- Nuseir, M. T., & Ghandour, A. (2019). Ethical issues in modern business management. *International Journal of Procurement Management*, 12(5), 592-605.
- Nyoman, I., & Budiarta, P. (2018). Principles of contract law underlying business activities in the globalization era. *International Conference on Business Law and Local Wisdom in Tourism*, 70–73.
- Pandey, A. (2017). Ethical issues of financial reporting. *Open Access International Journal of Science & Engineering*, 2(3), 47-50.
- Penkov, S., & Voloshyna, M. (2020). Constitutional support of the entrepreneurship legality in Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*, 6(1), 105–112. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-1-105-112>
- Petty, J. W., Titman, S., Keown, A. J., Martin, P., Martin, J. D., & Burrow, M. (2015). *Financial management: Principles and applications*. Pearson Higher Education AU.
- Prawitasari, J. (2007). *Emosi dan ekspresi dalam masyarakat*. Ebook reader.
- Prihartono, M. R. D., & Asandimitra, N. (2018). Analysis factors influencing financial management behaviour. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(8), 308-326.
- Program Studi Administrasi Bisnis, FISIP Universitas

Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

- Putri, G.T.M. & Santoso, B. (2024). Sistem Investasi di Indonesia. *TOMAN: Jurnal Topik Manajemen*, 1(2), 303–316.
- Puzio, A. (2024). Not Relational Enough? Towards an Eco-Relational Approach in Robot Ethics. *Philosophy and Technology*, 37(2), 1–24. <https://doi.org/10.1007/s13347-024-00730-2>
- Raharja, H. Y. Relevansi Pancasila Era Industry 4.0 dan Society 5.0 di Pendidikan Tinggi Vokasi. *Journal Of Digital Education, Communication, And Arts (DECA)*, 2(1), 11-20. (2019).
- Rashid, N., Asfthanorhan, A., Johari, R. J., Hamid, N. A., Yazid, A. S., Salleh, F., ... & Rasit, Z. A. (2018). Ethics and financial reporting assurance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(11), 1346-1355.
- Rembulan, G. D., Madyatmadja, E. D., Andry, J. F., Liliana, L., & Andriani, A. (2023). Mapping a Strategic Human Resource Information System for Society 5.0. *Journal of Computer Science*, 19(10), 1283–1291. <https://doi.org/10.3844/JCSSP.2023.1283.1291>
- Rindjin, K., *Etika Bisnis dan Implementasinya*. Gramedia Pustaka Utama. (2013).
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. (2010). *Manajemen*, terj. Bob Sabran & Devri
- Robison, L. J., Hanson, S. D., & Black, J. R. (2021). *Financial management for small businesses financial statements & present value models second open edition (2nd ed.)*. Michigan State University.
- Sable, N. P., Bhapkar, H. R., Dhaigude, T. A., Phursule, R., Dandavate, A., & Gadekar, D. P. (2024). Navigating Nonlinear Analysis and Artificial Intelligence Frontiers for Revolutionary Technology Solutions. *Advances in Nonlinear Variational Inequalities*, 27(1), 18–33. <https://doi.org/10.52783/anvi.v27.297>
- Sachs, D. (2018). The million dollar greeting: today's best

- practices for profit, customer retention, and a happy workplace. Apollo Publishers.
- Saidon, I. M., & Said, R. (Eds.). (2020). Ethics, governance and risk management in organizations. Springer.
- Santoso, B., & Legowo, N. (2014). Faktor-faktor kesuksesan e-learning dalam meningkatkan proses belajar mengajar di SMA Budi Mulia Karawang. *Academia*. Online at: <https://www.academia.edu/34714944>
- Santoso, B., Fatchurohin, N. R., Asnada, R. T., & Nurdin, M. A. (2022). The Role of Community Service in Post-Covid-19 Economic Recovery Through Msme Program. *Gema Ekonomi*, 11(1), 257-271.
- Santoso, B., Luqman Hakim, L., & Yuli Zain, Y. Z. (2023). Valuation of Efficiency Value and Its Implications on Return On Assets of Sharia Commercial Banks in Indonesia. *Seybold Report*, 18(9), 778-798.
- Santoso, B., Sidharta, E. A., & Wardini, A. K. (2020). The impact of fundamental factors on stock return of the engineering and construction services company. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 16(2), 158-170.
- Sarbabidya, S., & Saha, T. (2020). Ethical factors affecting the financial market: A study from Bangladesh perspectives. *International Review of Business Research Papers*, 16(1).
- Sargsyan, A. (2023). The Problem of the Legitimacy of War in the Context of Ethical Concepts: The Example of the 44-day War. *Conatus - Journal of Philosophy*, 8(2), 545-563. <https://doi.org/10.12681/cjp.34723>
- Sastry, V. V. L. N. (2019). *Consumer Behavior in Digital Age*. Idea Publishing
- Satriadi, S., Santoso, B., Susilo, N., Pratiwi, A., & Silvia, S. (2022). Pengembangan UMKM Nuri's Cakes and Cookies Melalui Teknik Digital Payment dengan Aplikasi Pembayaran QRIS. *Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 29-36.
- Saud, S., Chen, S., & Haseeb, A. (2020). The role of financial development and globalization in the environment:

- accounting ecological footprint indicators for selected one-belt-one-road initiative countries. *Journal of Cleaner Production*, 250, 119518.
- Scarborough, N. M. (2018). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.
- Scherer, A. G., & Palazzo, G. (2007). Toward a political conception of corporate responsibility: Business and society seen from a Habermasian perspective. *Academy of Management Review*, 32(4), 1096–1120. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.26585837>
- Schwartz, M. S. (2017). *Business ethics: An ethical decision-making approach*. John Wiley & Sons.
- Septiani, L., & Santoso, B. (2024). Pengaruh Marketplace Tokopedia Terhadap Peningkatan Penjualan di Toko RMX Purwokerto. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 343-356.
- Shomali, Mohammad A. (2001). *Relativisme Etika, Analisis Prinsip-Prinsip Moralitas*,
- Skuczyński, P. (2022). Ethics in digital finance: towards a new paradigm of self-regulation¹. In *Digital finance and the future of the global financial system* (pp. 145-160). Routledge.
- Smieliauskas, W., Ye, M., & Zhang, P. (2020). *Auditing and society: research on audit practice and regulations*. Routledge.
- Solomon, M. R., & Mrad, M. (2022). *Fashion & luxury marketing*. Sage.
- Soppe, A. (2016). *New financial ethics: A normative approach*. Routledge.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11(5), 17-27.
- Stoner, James A. F. ; Freeman, R. Edward ; Gilbert, Daniel R. (1996). *Manajemen*, terj. Alexander Sindoro, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Suharni, R. d. (2019). Pengaruh Tekanan Stakeholder dan Corporate Governance terhadap kualitas Sustainability

- Report . *urnal Akademi Akuntansi*, Volume 2 No 1.
- Sunyoto, D., dan Putri, Wika, H. 2016. *Etika Bisnis: Membangun Kesuksesan Bisnis melalui Manajemen dan Perilaku Bisnis yang Beretika*. Cet-1, CAPS: Yogyakarta.
- Suradiyanto. (2019). The investment law development to increase investment in Indonesia. *International Journal of Law and Management*, 61(1), 17–23. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-11-2017-0270>
- Susanto, A.B. 2007. *Corporat Social Responsibility*. The Jakarta Consulting Group: Jakarta.
- Suseno, Franz Magnis. (1998). 13 Model Pendekatan Etika, bunga rampai teks-teks etika
- Svensson, G., & Wood, G. (2008). A model of business ethics: A comparison between ethics positions of managers in Sweden and Australia. *Journal of Business Ethics*, 78(1–2), 249–262. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9328-8>
- Tambunan, T. S., Ginting, P., Sirojuzilam, & Absah, Y. (2024). Implementation of 360 Degree Feedback Performance Appraisal System for Civil Servants: A Good Things Towards Behavior and Performance Change. *Quality - Access to Success*, 25(201), 112–120. <https://doi.org/10.47750/QAS/25.201.13>
- Tarisayi, K. S. (2024). ChatGPT use in universities in South Africa through a socio-technical lens. *Cogent Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2295654>
- Teknowijoyo, F., & Marpelina, L. (2021). Relevansi Industri 4.0 dan Society 5.0 Terhadap Pendidikan Di Indonesia. *Educatio: Jurnal Ilmu Kependidikan*, 16 (2), 173–184.
- Thompson, D. F. (2017). Understanding financial conflicts of interest. In *Research Ethics* (pp. 505–508). Routledge.
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Grafika Offset.
- Vadastreanu, A. M., Maier, D., & Maier, A. (2015). Is the success possible in compliance with ethics and deontology in business? *Procedia Economics and Finance*, 26, 1068–1073.
- van den Berg, G. (2024). *Generative AI and Educators*:

- Partnering in Using Open Digital Content for Transforming Education. *Open Praxis*, 16(2), 130–141. <https://doi.org/10.55982/openpraxis.16.2.640>
- Velasquez, M. G. (2017). *Business ethics: Concepts and cases* (8th ed.). Pearson.
- Wahyudi, I. &. (2008). *Corporate Social Responsibility, Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: Intrans Publishing dan Inspire Indonesia.
- Watkins, J. P. (2023). *The origins and evolution of consumer capitalism: a Veblenian-Keynesian perspective*. Routledge.
- Weiss, J. W. (2014). *Business ethics: A stakeholder and issues management approach* (6th ed.). Berrett-Koehler Publishers.
- Weiss, J. W. (2021). *Business ethics: A stakeholder and issues management approach*. Berrett-Koehler Publishers.
- West, A. (2018). Multinational tax avoidance: Virtue ethics and the role of accountants. *Journal of Business Ethics*, 153(4), 1143-1156.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2018). *Financial accounting with international financial reporting standards*. John Wiley & Sons.
- Yakar Pritchard, G., & Çalhyurt, K. T. (2021). Sustainability reporting in cooperatives. *Risks*, 9(6). <https://doi.org/10.3390/risks9060117>
- Zamir, E., & Teichman, D. (2018). *Behavioral law and economics*. Oxford University Press.
- Zhu, Y., Salman, M., Kiran, S., Sajjad, F., Sibte-Ali, M., Sherwani, S., & Wajid Kamran, M. (2024). The CSR perspective: Interplay of technological innovation, ethical leadership and government regulations for sustainable financial performance. *PLoS One*, 19(2), e0297559.
- Ziliani, C., & Ieva, M. (2019). *Loyalty management: from loyalty programs to omnichannel customer experiences*. Routledge.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2005). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.

- Zubair, Achmad Charris. (1995). *Kuliah Etika*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Zutter, C. J., & Smart, S. B. (2019). *Principles of managerial finance* (pp. 133-160). Pearson.

Tentang Penulis



Dr. Chairul Anam, S.E., M.Si adalah nama lengkap penulis bab 1 dalam buku chapter ini. Terlahir dikota Pasuruan dan menyelesaikan pendidikan hingga strata 3 pada program studi ilmu ekonomi manajemen di Malang. Selain aktif mengajar di STIE Mahardhika Surabaya hingga sekarang, beliau juga aktif menulis buku

untuk kalangan mahasiswa, penelitian dan menulis jurnal merupakan kegiatan lain yang dilakukan secara istiqomah dalam kurun waktu sekarang ini. Selain itu juga melakukan konsultan bidang manajemen keuangan, diantaranya yang terakhir dilakukan adalah konsultan manajemen keuangan di pondok pesantren di wilayah Jombang. Tulisan di chapter buku ini adalah terkait dengan Etika Bisnis di era Society 5.0, yang tentunya menurut kami ini bisa dijadikan bagian untuk memahami salah satu point pada situasi bisnis di era ini. Sebagai manusia tak lupa kami mohon maaf jika menyajikan teori ini masih kurang dan salah, dan akhirnya kami berharap tulisan ini ikut mendukung memahami lingkup manajemen pemasaran, dan semoga tulisan senderha ini bisa memberikan manfaat kepada pihak yang membutuhkan, amiiin.



Dr. Phie Chyan, ST, M.Cs, Lahir di Makassar 13 April 1981, Setelah menyelesaikan pendidikan menengah di SMA Katholik Cendrawasih Makassar Tahun 1996. Penulis melanjutkan pendidikan tinggi S1 di Universitas Atma Jaya Makassar program studi Teknik Elektro lalu

melanjutkan S2 di Universitas Gadjah Mada Program Studi Ilmu Komputer. Pendidikan terakhir penulis adalah S3 ilmu Elektro setelah lulus studi di Program Doktor di Universitas Hasanuddin pada tahun 2024. Buku ini merupakan salah satu karya dari penulis sesuai bidang minat dan ilmu dari penulis dengan tujuan untuk berbagi ilmu pengetahuan kepada masyarakat.



Wulandari, kelahiran Teluk Betung, 26 Maret di Bandar Lampung, menempuh Program Sarjana pada Universitas Lampung lalu melanjutkan Program Pascasarjana pada Universitas Bandar Lampung. Sebelum buku ini diterbitkan penulis juga pernah menulis buku dengan judul Technoprenurship pada tahun 2020 dan saat ini aktif sebagai dosen pada Institut Bakti Nusantara (IBN) Pringsewu.



Dr. Ir. Bambang Santoso, M.M., M.MSI., M.T., IPM, adalah seorang Profesional dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman luas dalam bidang teknik engineering dan ekonomi dan bisnis. Penulis telah menempuh pendidikan Sarjana Teknik, Sarjana administrasi Bisnis, Profesi Insinyur, S2 Manajemen Keuangan, S2 Sistem Informasi, dan S2 Teknik Industri di Universitas Bina Nusantara, dan Doktor Ilmu Manajemen Keuangan di Universitas Persada Indonesia YAI. Penulis terinspirasi untuk menggabungkan disiplin teknik, ekonomi dan bisnis sejak masa studinya. Pengalaman kerja di berbagai proyek industri dan engineering memperkaya wawasan dan keahliannya, yang

kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui studi lanjutan dan karir akademisnya. Dengan passion untuk mengembangkan solusi berkelanjutan, Penulis terus berkontribusi melalui penelitian, penulisan, dan pengajaran untuk menciptakan masa depan yang lebih baik bagi industri dan masyarakat. Buku ini adalah salah satu karya dan In Shaa Allah, secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan. To access his current research interest, please visit his Google Scholar, Sinta, Orcid, and Scopus profile.



Dr. Muniroh, SE., MM. dari DKI Jakarta. Pendidikan Formal, S1 STIE Kalpataru, melanjutkan S2 pada Universitas Budi luhur tahun 2014. Melanjutkan kuliah S3 Universitas Negeri Jakarta tahun 2016. Awal karier bekerja pada perusahaan otomotif sebagai sekretaris, selanjutnya bekerja pada Universitas Esa

Unggul tahun 2003 sebagai sekretaris Dekan di Fakultas Ilmu - ilmu kesehatan sampai dengan tahun 2019, Kemudian menjadi dosen tetap Fakultas Ilmu – Ilmu kesehatan pada program studi perekam medis, mengampu mata kuliah manajemen keuangan RS dan Dasar – Dasar Manajemen dari tahun 2014 sampai sekarang, sempat menjadi tim pengajar pada sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Kalpataru dari tahun 2014- 2017, menjadi tim pengajar pada Institute Bisnis & Informatika (IBI) Kosgoro 1957. dari tahun 2014 – 2018. Pada tahun 2024 Menjadi dosen tetap pada Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas ESa Unggul. Mengajar pada mata kuliah, Pengantar Manajemen dan Etika Hukum Bisnis.



Juwita Azizah, buku ini adalah salah satu karya dan inshaa allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Dr. Rusman Alimin, seorang profesional dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman luas dalam bidang ekonomi dan bisnis. Saya memiliki gelar Doktor dari Universitas Hasanuddin, dan telah berkarir selama lebih dari 27 tahun di berbagai sektor industri, termasuk manufaktur, layanan, dan

konsultasi manajemen. Pendidikan dan Kualifikasi:

1. Doktor, Universitas Hasanuddin – University of the Philippines
2. Ilmuan Manajemen Indonesia

Pengalaman Kerja

1. Persatuan Konsultan Indonesia -, 2019 - Sekarang
2. MCA Melinium Challenge Account- 2016 - 2018
3. Badan Pengawas BUMD, 2004 – 2016

Kontribusi dalam Dunia Akademik

1. Publikasi: Saya telah menulis beberapa artikel yang diterbitkan di jurnal-jurnal ekonomi dan bisnis nasional dan international.
2. Pembicara di berbagai seminar dan konferensi
3. Pengajar dan sebagai dosen tamu, mengajar mata kuliah terkait ekonomi dan manajemen bisnis, memberikan panduan praktis dan teori kepada mahasiswa.

Motivasi Menulis Buku Ini

Pengalaman saya dalam berbagai aspek ekonomi dan bisnis mendorong saya untuk menulis buku ini. Saya melihat bahwa banyak produsen, terutama di pasar yang berkembang, menghadapi tantangan dalam memahami dan mengelola faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan produksi dan strategi bisnis mereka. Dengan pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki, saya ingin berbagi wawasan yang dapat membantu produsen membuat keputusan yang lebih baik dan meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Buku ini adalah salah satu karya dan insyaa Allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Dr. Adryan Rachman, S.Ip., M.M., Seorang dosen berdedikasi di bidang Electronics Word Of Mouth (eWOM), telah mengabdikan selama sembilan tahun di Fakultas Manajemen dan Humaniora, Universitas Pradita Tangerang. Dengan pengalaman luas dan keahlian mendalam dalam Ilmu Manajemen, dipilih untuk

berkonsentrasi pada penulisan ilmiah yang memperkaya literatur akademik. Karya-karya yang telah terbit, mulai dari buku-buku manajemen ber-ISBN dalam bidang: Digital marketing, Personal Branding, Artificial Intelligence, Metaverse dan SDGs. Publikasi di jurnal ilmiah nasional bereputasi serta jurnal internasional terindeks Scopus Q2 hingga Q4 dan Jurnal SINTA 2, 3, dan 4. Penerima dana hibah penelitian eksternal PDP LLDIKTI IV pada tahun 2019 hingga 2021. Serta Pengabdian kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan. Aktif dalam berbagai forum dan asosiasi, seperti Forum Manajemen

Indonesia (FMI) dan Ikatan Sarjana Ilmu Ekonomi (ISEI). Pengalaman manajerial struktural dengan penugasan di berbagai posisi penting akademik dan administratif. Saat ini, juga menjabat sebagai Direktur Utama PT. Multi Edu Creation, terus memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi pemasaran dan kemajuan ilmu pengetahuan di Indonesia. Kepakaran, dedikasi, dan semangat yang dihadirkan dalam setiap peran menjadikan sumber inspirasi dan panutan dalam dunia akademik dan profesional.



Jafar Basalamah, SE., MM., Lahir pada tanggal 6 Maret 1991 di Kota Ujung pandang (sebelum Nama Makassar) merupakan Dosen Tetap (Lecturer) di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia, Makassar. JB memperoleh gelar Sarjana (Strata-1) di FEB Universitas Muslim Indonesia tahun 2012, dan Magister Manajemen (Strata-2) di Pasca Sarjana Universitas Muslim Indoensia tahun 2014. Sejak ditugaskan sebagai Dosen pada tahun 2017, mata kuliah yang diampu adalah Manajemen Pemasaran I & II, Metodologi Penelitian, Manajemen Sumber daya Manusia, Sistem Informasi Manajemen, dan Studi Kelayakan Bisnis. Bidang riset yang didalami JB mencakup Manajemen Pemasaran, Manajemen Sumber daya manusia, Metodologi Penelitian, dan bidang-bidang lain yang relevan. Pada 2020, JB tercatat telah menerbitkan 25 artikel di berbagai jurnal ilmiah nasional terakreditasi sampai dengan internasional bereputasi (indeks Scopus). JB juga dipercaya menjadi Editor di beberapa jurnal nasional dan Reviewer di beberapa jurnal Internasinonal bereputasi.



Herni Pujiati. Penulis lahir di Kota Jakarta. Penulis adalah Dosen tetap pada salah satu Perguruan Tinggi di Jakarta Timur. Selain mengajar di program studi S1, penulis juga mengajar di Program Pasca Sarjana MM dan penulis aktif sebagai penyiar Radio Airmen Jakarta.



— **Dudung Ahmad Suganda**, dosen tetap di Universitas Al-Ghifari Bandung pada beberapa mata kuliah: Administrasi Pembangunan, Sistem Administrasi Republik Indonesia (SANRI), Analisis Mengenai Dampak Lingkungan, Etika Administrasi Publik, Kewirausahaan. Di samping bekerja di bidang akademik, sebelumnya beliau sebagai praktisi di Sektor Pertanian Sub Sektor Perkebunan pada Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Pendidikan S1 dan S2 di Sekolah Tinggi Administrasi Lembaga Administrasi Negara (STIA-LAN) Kampus Bandung, dan S3 Ilmu Administrasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung. Buku ini adalah salah satu karya dan In Sya Allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan. Pada buku ini beliau membahas Etika Manajemen Sumber Daya Manusia di Era Society 5.0 yang penuh dinamika sesuai perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi digital, dan tuntutan pasar atau layanan. Etika sangat penting peranannya dalam organisasi, baik organisasi bisnis maupun pelayanan sosial, etika yang

menjunjung tinggi nilai-nilai kebaikan dapat meningkatkan reputasi bisnis, memotivasi pegawai, dan menekan perilaku pegawai yang tidak etis, sehingga dapat mengakselerasi pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.



Prita Karina Diandra, S.Ak., M.M. Lahir di Ngawi pada tanggal 24 Oktober 1998. Latar belakang pendidikan penulis dimulai dari S1 di Universitas Trisakti dan ditempuh dalam 3,5 tahun dengan jurusan Akuntansi, serta menempuh pendidikan Magister Manajemen di Universitas Trisakti dan berhasil ditempuh selama 1,5 tahun. Berbekalkan pengalaman di bidang industri dan praktisi, penulis pun memulai karir sebagai dosen mulai dari 2022 di program studi Akuntansi Universitas Pradita. Karya-karya yang telah terbit, mulai dari buku akuntansi ber-ISBN dalam bidang: Akuntansi. Publikasi di jurnal ilmiah nasional bereputasi serta jurnal internasional terindeks Scopus Q4 dan Jurnal SINTA.



Michael, S.E., Ak., M.Ak., BKP., CBC., A-CPA., MT. BNSP., CPCT., CPS., CPPS., CTPS., QWP®, AEPP®. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Persada Indonesia Y.A.I (2012). Pendidikan S2 Magister Akuntansi diselesaikannya di Universitas Tarumanagara (2017) dan Pendidikan Profesi Akuntan diselesaikan di Universitas Tarumanagara (2019). Penulis merupakan praktisi berpengalaman dalam bidang akuntansi, audit, dan

perencanaan keuangan. Penulis adalah pendiri dari Kantor Konsultan Pajak Michael (Michael Consulting) yang memberikan jasa konsultasi perpajakan kepada klien domestik dan internasional di berbagai sektor industri. Penulis memiliki izin praktik sebagai Konsultan Pajak Terdaftar, Pengacara Pajak, dan Master Trainer diperoleh dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Penulis aktif mengajar sebagai dosen prodi akuntansi dengan jabatan fungsional Asisten Ahli (AA), Fakultas Manajemen dan Humaniora Universitas Pradita sejak tahun 2022. Penulis aktif menjadi instruktur PPL (Pengembangan Profesional Berkelanjutan) di Ikatan Konsultan Pajak Indonesia (IKPI), pengurus cabang IKPI Tangsel, dan sering menjadi pembicara dalam pelatihan dan seminar perpajakan. Melalui pengalaman dan keahliannya, penulis dikenal sebagai Penasihat Profesional yang terpercaya.



Wulan Purnama Sari, buku ini adalah salah satu karya dan in shaa allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Rahmawati Azizah Mt, S.H.I., M.Sc., Penulis lahir di Muara Gading Mas, Lampung. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Madani. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan melanjutkan S2 dan meraih gelas Magister pada

Jurusan Sains Manajemen. Pada tahun 2018 s.d sekarang penulis meniti karir dengan mengajar manajemen pemasaran, strategi pemasaran kreatif, dan bidang ekonomi manajemen lainnya dan melakukan penelitian, pengabdian dan pembimbingan S1. Penulis ikut aktif dalam mengikuti hibah penelitian dari Kementerian Kebudayaan dan Ristek Dikti salah satunya hibah penelitian dosen pemula. Buku ini menjelaskan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), pentingnya melakukan CSR dan beberapa dasar etika dalam melaksanakan CSR yang dapat digunakan sebagai referensi pembaca.



Melissa Faradilla Inonu, S.E., M.M., penulis merupakan seorang yang aktif di dunia kepenulisan. Karya-karyanya mulai dari karya sastra atau fiksi berupa komik, cerpen, dan puisi maupun karya-karya ilmiah berupa esei, jurnal, modul, dan buku. Penulis merupakan seorang pengajar atau tenaga pendidik dosen tetap ekonomi dan bisnis di suatu universitas di Lampung yaitu Universitas Satu Nusa Lampung yang sudah berdedikasi selama 7 tahun sejak tahun 2017. Mata kuliah yang beliau pernah ampu yaitu Pengantar Manajemen, Manajemen Koperasi, Pengantar Ekonomi Pembangunan, Komunikasi Bisnis, dan Etika Bisnis.



Dr. Fahdina Hadi Basalamah, Lahir pada tanggal 18 Oktober 1993, telah menyelesaikan studi doktor dalam ilmu manajemen di tahun 2021 dan telah menjadi dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia, aktif dalam berbagai pertemuan ilmiah dan juga sebagai anggota Indonesia

Marketing Asosiasi (IMA). Penulis juga aktif melakukan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat berupa penyuluhan dan pelatihan di bidang Marketing.



Buku Etika Bisnis di Era Society 5.0 membahas secara komprehensif mengenai prinsip-prinsip etika bisnis yang harus dipegang teguh dalam menghadapi perubahan drastis yang dibawa oleh era Society 5.0. Di era ini, teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), big data, Internet of Things (IoT), dan otomatisasi menjadi pilar utama yang mendorong transformasi berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Society 5.0 tidak hanya membawa peluang untuk inovasi dan pertumbuhan bisnis, tetapi juga menciptakan tantangan etika baru. Bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan teknologi secara bertanggung jawab? Bagaimana mengelola data dan privasi pelanggan dengan bijak? Apa saja dampak sosial dari penggunaan otomatisasi dalam industri? Buku ini memberikan panduan praktis dan teoritis bagi para pelaku bisnis, akademisi, dan mahasiswa dalam memahami serta mengaplikasikan etika di tengah dunia yang semakin terhubung secara digital. Dengan menyoroti berbagai studi kasus, penulis menyajikan contoh-contoh nyata bagaimana prinsip-prinsip etika dapat diimplementasikan dalam perusahaan, baik skala kecil maupun besar. Melalui pendekatan yang mudah dipahami, buku ini tidak hanya membahas konsep-konsep dasar etika bisnis, tetapi juga mengajak pembaca untuk berpikir kritis tentang bagaimana bisnis di era Society 5.0 dapat berkembang tanpa meninggalkan nilai-nilai kemanusiaan, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

**DITERBITKAN OLEH
PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL**



Jln Payanibung Ujung D
Dalu Sepuluh-B, Tanjung Morawa
Kab. Deli Serdang Sumatera Utara

