

Etika Bisnis, Orientasi Manajemen *Stakeholders*, Pengambilan Keputusan Manajer dan Budaya Perusahaan Kaitannya dengan Peningkatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Kinerja Perusahaan

Kristina Sedyastuti

Fakultas Ekonomi Pascasarjana Universitas Binadarma Palembang

Abstract: *Corporate social responsibility will be an important to give sustainable contribution and beneficial impact upon productivity of corporate through the stakeholder. In order to increase the role of corporate so it is need to develop some factor supports that will be basically push personal decision maker who involving to make decision of corporate social responsibility. There are some factor supports such as business ethic that giving guidance attitude to the corporate decision maker to do its responsibility and giving mutual as well beneficial impact upon the society (Deontological ethic and Utilitarianism). That is also in order to customizing of the corporate culture done responsible by stakeholder. This goal orientation is done in order to support the productivity of the corporate so that corporate making good beneficial impact and profit. It would increase corporate cost in the short time but in the long term it can take very good beneficial impact because through doing corporate social responsibility can also give the value added to the internal corporate such as consumers, user, employers, suppliers, stockholders and owners. To the external corporate such as local government and close society where living around the corporate operation located who would get the social beneficial impact. In real estate especially to those corporate that doing business on the housing project is very good research object because housing development need very wide financial capital, heavy work and involving many employers and giving great impact upon the environment. That is why the member of REI (the Indonesian Real Estate Member) in local east Java as research object because they have been registered as the member therefore they have to follow the ethical conduct of the organization.*

Keywords: *Business Ethics, Personal Decicion Making, Corporate Culture, Corporate Social Responsibility and Corporate Performance*

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan akan menjadi bagian penting dalam memberikan sumbangan untuk terciptanya keseimbangan dan memberikan keuntungan timbal balik dalam menjalankan roda perekonomian melalui perusahaan bersama para *stakeholder*-nya. Untuk meningkatkan peran perusahaan tersebut maka perlu dikembangkan faktor pendukung yang akan mendorong dan mendasari pengambil keputusan manajer yaitu, orang-orang yang terlibat dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk melakukan tanggung

jawab sosialnya. Di mana faktor pendukung tersebut meliputi etika bisnis, yang memberikan pandangan dan perilaku pengambil keputusan untuk melakukan tanggung jawab perusahaan sebagai suatu kewajiban dan memberikan manfaat bagi banyak orang (etika Deontologi dan Utilitarianism) serta perlunya membudayakan kebiasaan untuk bertanggung jawab terhadap para *stakeholder*-nya dengan berorientasi terhadap apa yang telah dilakukan oleh para *stakeholders* terhadap perusahaan di dalam mendukung terjadinya proses produksi sehingga perusahaan memperoleh manfaat maupun keuntungan. Untuk jangka pendek mungkin akan menambah biaya perusahaan, tetapi untuk jangka panjang akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan karena dengan

Alamat Korespondensi:

Kristina Sedyastuti, Fakultas Ekonomi Pascasarjana Universitas Binadarma Palembang Jl. Jend. A. Yani 12 Palembang Sumatera Selatan

melakukan tanggung jawab sosial perusahaan akan memberi nilai tambah bagi internal perusahaan yaitu para konsumen, karyawan, penyalur, pemasok, pemegang saham maupun pemilik perusahaan, maupun bagi eksternal perusahaan yaitu, pemerintah setempat, masyarakat setempat di mana perusahaan tersebut beroperasi.

Dalam *property* khususnya untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang perumahan sangat sesuai untuk dijadikan objek penelitian karena pembangunan perumahan sering disebut dengan proyek yang padat karya, padat modal dan lingkungan yang luas, apalagi perusahaan perumahan yang ada di Jawa Timur sudah banyak yang menjadi anggota REI dan tentu harus mematuhi kode etik yang mendasari di dalam menjalankan usahanya, di mana perusahaan anggota REI harus mengikuti Kode Etik yang sudah ditetapkan, yaitu Saptabrata yang terdiri dari 8 norma kode etik yang menjadi dasar dalam menjalankan dan memegang tanggung jawab.

Bisnis saat ini banyak mendapat tekanan dari faktor-faktor eksternal seperti tuntutan pelanggan, perkembangan teknologi, persaingan, lingkungan, hukum dan tanggung jawab sosial. Akibatnya bisnis saat ini harus berubah paradigmanya menjadi *consumer oriented*, tidak merusak lingkungan dan sesuai tatanan masyarakat, bertanggungjawab kepada lingkungan sosialnya dan tidak melanggar hukum. Pebisnis harus menawarkan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen dan lebih baik dari pesaingnya. Untuk itu, diperlukan perencanaan strategik jangka panjang. Bisnis saat ini tidak hanya fokus pada aspek ekonomis, tetapi harus pula pada aspek hukum dan moral. Meski demikian Etika masa kini masih belum terealisasi bagaimana dan apakah etika bisnis mempunyai dampak pada kinerja organisasi bahkan tidak jelas apakah etika bisnis adalah suatu trend atau aksi spontan, perlu kejelasan dalam mendefinisikan prinsip dan esensi apakah etika bisnis itu. Misalnya, apakah *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* merupakan penekanan spontan dalam manajemen bisnis atau suatu trend yang tidak bisa dielakkan terhadap etika bisnis. Lebih jauh manajemen berharap dapat menunjukkan spontanitas perusahaan dalam praktek etika bisnis sebagai suatu cara untuk menguntungkan perusahaan itu. Banyak penelitian menguji nilai-nilai individu dan sikap etis atas pengambil keputusan untuk menetapkan

kedalaman sikap etis perusahaan sebagai akibat nilai-nilai dan sikap itu. Beberapa peneliti telah menemukan bahwa ketertarikan pribadi diantara para manajer dapat mempengaruhi etika individu dan hasilnya adalah sikap yang tidak etis (Hoffman, *ad.all.*, 1988).

Hal ini menunjukkan bahwa pilihan penting pribadi antara ketertarikan dan etika akan berpengaruh pada etika bisnis perusahaan menjadi lebih baik atau buruk (Rieck, 1988). Oleh sebab itu, individualitas mempengaruhi etika bisnis. Studi yang dilakukan oleh Navran (1977) dan Morris (1977): menunjukkan bahwa keputusan etis individu dapat mempengaruhi etika bisnis perusahaan, demikian juga Verschoor, (1988) dapat menunjukkan bahwa: etika bisnis perusahaan dapat mempengaruhi prestasi organisasi. Penelitian ini berusaha memahami pengambilan keputusan manajer perusahaan *property* dengan memahami faktor-faktor yang mendasari pengambilan keputusan yang didasari oleh nilai-nilai etika bisnis perusahaan serta melihat pengaruh perubahan budaya perusahaan. Di samping itu, penelitian ini juga mengarah pada Kinerja bisnis perusahaan, di mana dengan peningkatan kinerja bisnis perusahaan diharapkan juga diikuti oleh peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan, khususnya terhadap *stakeholders*-nya.

PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN ETIKA PERUSAHAAN

Pengambilan Keputusan Personal

(Manager Decision Making)

Menurut James Stoner, keputusan adalah (pilihan diantara alternatif-alternatif, yang mengandung tiga pengertian yaitu: ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik, dan ada tujuan yang ingin dicapai dimana keputusan itu makin mendekati pada tujuan tersebut. Sesuai dengan penelitian G Terry & Fong, Wu (2002) maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) *Interes Pribadi (Self interests)*, personal seseorang mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam melakukan suatu keputusan oleh karenanya *interes* seseorang terhadap pekerjaan yang sedang diembannya menjadi bagian utama yang harus menjadi bagian dalam dirinya, sehingga apaun yang direncanakan, dipikirkan

dan diputuskan benar-benar merupakan bagian dari pekerjaan itu sendiri bukan kepentingan pribadi, khususnya bagi orang-orang yang mempunyai tanggung jawab dalam memutuskan sesuatu dalam perusahaan yang dijalankannya (2) Pengalaman Pengambilan keputusan berdasarkan keputusan Eksekutif (*Executive decision making*).

Etika Bisnis Perusahaan (Corporate Business Ethics)

Definisi konseptual etika bisnis yaitu, norma-norma atau nilai-nilai yang menjadi pedoman perilaku dan tindak tanduk kaum usahawan serta pengelola organisasi, etika bisnis dan dilihat dari faktor yang mendasari pengambilan keputusan manager, serta kaitannya dengan peran pengambil keputusan dalam meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan karena merupakan kewajiban moral seseorang untuk melakukan hal tersebut serta menjadi hak dari setiap manusia untuk melakukan hal tersebut. Etika Bisnis merupakan penerapan nilai-nilai etika dalam kegiatan bisnis. Seperti etika terapan pada umumnya, bidang kajian etika dapat dikategorikan ke dalam; level makro, level mikro, level individu dan level internasional. Etika merupakan nilai-nilai tingkah laku atau aturan-aturan yang diterima oleh suatu golongan tertentu atau individu (Sukanto, 191:1). Menurut Magnis Suseno (1989:14) dan Sony Keraf (1991: 20) bahwa untuk memahami etika dibedakan dengan moralitas. Moralitas adalah sistem nilai tentang bagaimana seseorang harus berperilaku sebagai manusia. Sistem ini terkandung ajaran-ajaran, moralitas memberi manusia aturan atau petunjuk konkrit tentang bagaimana harus hidup, bagaimana harus bertindak dalam hidup ini sebagai manusia yang baik dan bagaimana harus menghindari perilaku-perilaku yang tidak baik. Sedangkan etika berbicara tentang nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya.

Moral dan etika mempunyai fungsi yang sama, yaitu memberi orientasi bagaimana dan kemana harus melangkah dalam hidup ini, namun perbedaannya adalah bahwa moralitas langsung menunjukkan cara-cara untuk melangkah sedangkan etika justru mengarahkan pada pilihan mengapa harus dengan cara ini yang demikian, dengan kata lain moralitas adalah suatu

pranata sedang etika adalah sikap kritis setiap individu atau kelompok dalam mewujudkan moralitasnya.

Menurut Stainer dan John (2006), bahwa terdapat dua hal yang menjadi sumber nilai-nilai etika dalam komunitas yaitu : Agama, bermula dari buku Weber (1904) *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism*; menjadi tonggak awal keyakinan orang adanya hubungan erat antara ajaran agama dan etika kerja, atau antara ajaran agama dengan pembangunan ekonomi. Etika yang bersumber dari ajaran agama mengandung prinsip yang berkaitan dengan nilai-nilai kebenaran yang berkaitan dengan sikap dan perilaku yang diberi oleh Tuhan.

BUDAYA DAN KINERJA PERUSAHAAN

Budaya perusahaan (Corporate Culture)

Sebuah budaya perusahaan dapat dicirikan dari segi praktik dominan yang dilakukan oleh para anggotanya dan dari sisi deskriptif penyebab praktek budaya perusahaan. Jadi, model perubahan budaya akan mencakup metode pengamatan dan pendeskripsian apa yang dilakukan dan teknik pengidentifikasi pengaruh yang dilakukan. Ada dua pandangan yang telah dideskripsikan dalam literature yaitu; pandangan materialis cultural (Harris, 1979) dan pandangan kognitif (Huse dan Cumming, 1990). Dalam penelitian ini akan mengembangkan pandangan kognitif, dimana budaya berasal dari keyakinan, nilai, harapan dan kontruk lainnya yang mempengaruhi praktik perusahaan. Jadi perubahan budaya perusahaan memerlukan perubahan dalam konstruk kognitif yang memperantarai pengaruh lingkungan terhadap kenyataan praktiknya. Pandangan ini diilustrasikan oleh Schein (1990) yang menganggap bahwa perasaan, nilai dan perilaku yang membentuk praktik budaya pada akhirnya ditentukan oleh persepsi, bahasa dan proses pikiran yang dibagi dalam proses kelompok. Definisi kognitif yang terkenal adalah dari Deal dan Kennedy (1982), yang mengatakan bahwa kultur adalah sebuah fungsi dari nilai dan kepercayaan anggota organisasi/perusahaan, di mana anggota bekerja untuk untuk mencapai tujuan nilai dan terlibat dalam praktik yang mereka yakini akan mencapai tujuan nilai. Sumber utama dari kepercayaan itu adalah pernyataan oleh individu-individu anggota perusahaan (khususnya manajemen puncak) dan kepercayaan serta nilai yang dipilih berdasarkan

efeknya pada keberhasilan organisasi (misalnya, pemecahan masalah, mencapai tujuan utama) (Reidenbach dan Robin, 1991).

Kinerja perusahaan (*Corporate Performans*)

Kinerja Perusahaan atau organisasi merupakan indikator tingkatan prestasi yang dapat dicapai dan mencerminkan keberhasilan manajer/pengusaha. Kinerja merupakan hasil yang dicapai dari perilaku anggota perusahaan (Gibson, 1998:179). Jadi, kinerja perusahaan merupakan hasil yang diinginkan perusahaan dari perilaku orang-orang yang ada di dalamnya.

Penilaian kinerja perusahaan dapat diukur dengan finansial. Untuk jangka waktu lama model pengukuran kinerja yang berfokus pada ukuran keuangan dapat diterima (Kaplan dan Norton, 1992:73). Namun, pada pertengahan dekade tahun 1990 an menggunakan tolok ukur finansial semakin tidak mendapatkan pengikut dengan semakin terkuaknya kelemahan mendasar tolok ukur tersebut. Kaplan dan Norton, (1992:76) mengembangkan tolok ukur keberhasilan kinerja perusahaan yang lebih komprehensif, dinamakan *Balanced Scorecard* (BS). Menurut konsep *Balanced Scorecard* kinerja perusahaan untuk mencapai keberhasilan kompetitif dapat dilihat dari empat bidang yaitu berdasarkan: (1) Perspektif finansial, di mana pada perspektif ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan pangsa pasar, peningkatan penerimaan melalui penjualan produk perusahaan. Selain itu, peningkatan efektivitas biaya dan *utilitas asset* dapat meningkatkan produktivitas perusahaan; (2) Perspektif pelanggan, di mana perusahaan harus mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan pangsa pasar. Identifikasi secara tepat kebutuhan pelanggan sangat membantu perusahaan bagaimana memberikan layanan kepada pelanggan; (3) Perspektif proses bisnis internal, di mana perusahaan harus mengidentifikasi proses-proses yang paling kritis untuk mencapai tujuan peningkatan nilai bagi pelanggan (perspektif pelanggan) dan tujuan peningkatan nilai finansial; (4) Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran, di mana tujuan-tujuan yang ditetapkan dalam perspektif finansial, pelanggan dan proses bisnis internal mengidentifikasi di mana perusahaan harus unggul untuk mencapai terobosan kinerja, sementara tujuan dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan memberikan infrastruktur yang

memungkinkan tujuan-tujuan ambisius dalam ketiga perspektif itu tercapai. Tujuan-tujuan dalam perspektif ini merupakan pengendali untuk mencapai keunggulan *outcome* ketiga perspektif sebelumnya.

Kaplan dan Norton (1996), mengindikasikan bahwa era kompetisi industri telah berubah menjadi era kompetis, informasi. Pada era industri (1850–1975) kesuksesan perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan melalui skala ekonomi dan penggunaan teknologi baru, untuk mencapai efisiensi dan standar produksi massa. Untuk mengukur kinerjanya perusahaan menggunakan sistem kontrol finansial yang didasarkan pada akuntansi keuangan melalui ROI, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, *erning per share* dan lainnya.

Sudibyo (1997), Mulyadi (1999) dan Suwignyo (1999) menyatakan bahwa pada era kompetisi informasi, dan ekonomi yang semakin mengglobal memerlukan perubahan dalam sistem pengukuran kinerja perusahaan. Banyak usaha yang dilakukan oleh para peneliti maupun praktisi untuk merancang sistem kinerja yang lebih baik dan komprehensif. Sistem pengukuran yang akan diteliti ini dengan mempertimbangkan faktor etika dan budaya dari perusahaan maka diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan lebih meningkat, baik dari segi kuantitas (dalam arti peningkatan keuntungan) dan dari segi kualitas (dalam arti kinerja perusahaan) semakin mempunyai nilai etis dan moral dengan memberikan tanggung jawab sosial perusahaan yang semakin baik.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya sering disamakan dengan kinerjanya. Kinerja (*performance*) menunjukkan suatu tingkat hasil kerja karena telah melakukan suatu aktivitas atau usaha.

Penerapan suatu strategi dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan Cavusgil dan Zou (1994) menjelaskan bahwa kinerja perusahaan dapat berupa kinerja ekonomis (kinerja keuangan) dan dapat pula berupa kinerja strategis. Tujuan ekonomis seperti profit, penjualan dan biaya sedangkan tujuan strategis seperti perluasan pasar tanggapan persaingan atau peningkatan terhadap produk atau perusahaan.

Sedangkan Bernice dan Meredith secara lebih jelas menyebutkan bahwa pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan melihat sejauhmana pencapaian

tujuan dari perusahaan yang bersangkutan sehingga hal ini kemudian dijadikan indikator dalam pengukuran kinerja.

Orientasi Manajemen Stakeholder (Stakeholder Management Orientation)

Variabel ini dibangun dengan dasar pemikiran bahwa *stakeholder* merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan perusahaan, oleh karenanya perlu dibuat manajemen tersendiri sehingga semua hal yang berkaitan antara pihak perusahaan dan pihak *stakeholder* dapat dikelola dengan baik sehingga tercipta suatu keseimbangan yang menguntungkan antara pihak-pihak yang berkaitan. Dengan menciptakan manajemen tersendiri diharapkan dapat lebih meningkatkan kinerja baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Muslich (1998) menyatakan bahwa: "Prinsip profesional dalam pengelolaan bisnis sebenarnya erat kaitannya dengan aplikasi etika bisnis. Ruang lingkup etika bisnis meliputi keterkaitan yang harmonis, saling menguntungkan antar pihak didalam *stakeholders* dan pihak-pihak eksternal lainnya. Sebagai sebuah institusi yang hidup ditengah-tengah masyarakat, tentu dalam kegiatannya pertama-tama harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari masyarakat, kalau masyarakat dijadikan sumber dan sasaran yang ingin dituju oleh bisnis, tentu kegiatan bisnis tidak boleh menimbulkan kontradiktif".

KETERKAITAN ANTARA ETIKA BISNIS, ORIENTASI MANAJEMEN STAKEHOLDERS, PENGAMBILAN KEPUTUSAN MANAJER DAN BUDAYA PERUSAHAAN TERHADAP TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DAN KINERJA PERUSAHAAN

Di dalam pembahasan ini akan diberikan alasan dan argumentasi yang mendukung terhadap temuan yang diperoleh dari hasil analisis data, yang terdiri dari empat variabel yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan. Secara parsial variabel etika bisnis mempunyai pengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Ini berarti bahwa para pelaku bisnis yang bekerja pada perusahaan perumahan yang menjadi anggota REI benar-benar telah menerapkan nilai-nilai etika didalam menjalankan bisnisnya. Misalnya, dengan kualitas bangunan yang mengikuti

aturan yang ada, memperhatikan komposisi tipe bangunan, misalnya tipe kecil, menengah maupun besar dengan jumlah yang seimbang sehingga tidak menimbulkan masalah sosial lainnya

Orientasi *stakeholder* berarti perusahaan memperhatikan dan melakukan kebijakan yang ditujukan kepada para *stakeholder*-nya yaitu dengan memberikan berbagai program sosial, misalnya memberikan asuransi, jaminan kesehatan terhadap karyawan. Sehingga sangatlah benar bila dalam pengujian hipotesis variabel orientasi *stakeholder* berpengaruh signifikan positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Berbagai keputusan oleh para pelaku akan sangat berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan terhadap tanggung jawab sosial, berapa besar dana yang akan dialokasikan bagi program sosial, siapa yang akan menerimanya, semuanya sangat tergantung pengambil keputusan personal, dalam hal ini bisa manajer maupun departemen keuangan. Sehingga dalam hasil analisis dapat ditemukan bahwa pengambilan keputusan personal berpengaruh signifikan positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Budaya perusahaan bukan menjadi sesuatu yang baru, karena setiap perusahaan pasti memiliki budaya maupun kebiasaan yang menjadi pedoman didalam melakukan pekerjaan, kebiasaan untuk memberi salam, menghargai pendapat bawahan maupun karyawan, kebiasaan kerja yang bersemangat semuanya akan mendukung perusahaan dalam melakukan tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*-nya, karena kebiasaan hidup dalam pekerjaan yang berbudaya akan menciptakan pola pikir yang sehat sehingga akan membiasakan diri untuk memperhatikan orang lain, hal inilah yang mendorong perusahaan untuk melakukan tanggungjawabnya kepada orang lain dalam hal ini *stakeholder* yang juga telah melakukan aktivitas untuk mendukung berjalannya suatu perusahaan. Pada variabel budaya perusahaan ini juga ditemukan adanya pengaruh signifikan positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Dengan berbagai program tanggung jawab perusahaan yang telah dan akan dilakukan oleh perusahaan maka akan mendukung kinerja perusahaan, misalnya perusahaan memberikan santunan terhadap korban bencana alam sebagai masyarakat yang ada di lingkungan, memberi beasiswa bagi anak kurang

mampu, aksi aksi sosial lainnya maka akan menimbulkan apresiasi oleh masyarakat umum akan kepedulian yang dilakukan oleh perusahaan sehingga para calon pembeli akan merasa senang jika mereka ikut membeli produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut, paling tidak para pembeli juga merasa ambil bagian dalam program-program sosial tersebut. Hal ini tentu berdampak pada kinerja perusahaan yaitu, meningkatnya jumlah pembeli maupun jumlah keuntungan yang diperoleh. Jadi, tanggung jawab sosial perusahaan juga ditemukan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap peningkatan kinerja perusahaan.

Secara simultan variabel-variabel ini mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, di mana kita juga melihat adanya pengaruh dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Sehingga dapat ditemukan juga bahwa variabel etika bisnis, orientasi *stakeholder*, pengambilan keputusan personal dan budaya perusahaan juga mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan meskipun pengaruhnya secara analisis secara tidak langsung karena harus melalui tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu sesuai dengan model yang dibentuk.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa penelitian ini mengandung nilai filosofi yang sangat tinggi di mana ditunjukkan adanya Esensi dasar dari sikap seseorang dalam melihat arti Tanggung Jawab itu dalam suatu perusahaan yang berkaitan dengan kepentingan orang banyak tentu hal ini bukan pekerjaan yang mudah untuk dapat diterapkan dalam perusahaannya, tetapi dengan semakin tinggi tingkat pengetahuan dan pendidikan seseorang disertai wawasan dan pemikiran jangka panjang, Diharapkan manajer tidak hanya berpijak pada kepentingan perusahaan, tetapi juga bagi kepentingan *stakeholders* demi mencapai Tujuan perusahaan yang berkeseimbangan, berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.

Nilai-nilai etika dan budaya merupakan suatu *guidance* yang memberikan insipisari dalam tindakan manajer yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan, menumbuhkan perannya dalam hak dan tanggung jawabnya, Etika Bisnis Perusahaan yang didasarkan pada etika *utilitarianism* dan deontologi ini sesuai dengan peran perusahaan dalam mengembangkan

suatu tanggung jawab sosial sedangkan Orientasi manajemen *stakeholder* yang dikembangkan dalam kegiatan dan program perusahaan akan memberikan peningkatan hubungan terhadap masing-masing *stakeholder*-nya, yaitu karyawan, konsumen, investor, pemasok masyarakat lingkungan, pesaing dan pemerintah. Dalam mengambil keputusan, Manajer berpegang pada kejelasan masalah, orientasi tujuan, pengetahuan tentang tanggung jawab sosial, preferensi yang jelas dan hasil maksimal.

Budaya perusahaan juga berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, artinya bahwa semua dimensi memberikan dukungan terhadap usaha perusahaan dalam meningkatkan tanggung jawab sosialnya, yaitu khususnya bagi para *stakeholders* perusahaan, di mana Tanggung Jawab Sosial perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Artinya, dengan peningkatan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap *stakeholders* akan memberikan nilai dan dampak yang positif bagi kinerja perusahaan, sehingga perusahaan berkewajiban untuk memberikan perhatiannya kepada para *stakeholders* yang dalam hal ini menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam suatu proses produksi. Keuntungan tidak hanya dirasakan oleh perusahaan saja, tetapi benar-benar memberikan manfaat juga kepada para *stakeholder* yang dalam hal ini manajer mengelola dalam unit otonom tersendiri segala sesuatu yang berkaitan dengan program sosial dan kesejahteraan mereka. Untuk jangka pendek maupun jangka panjang tanggung jawab sosial perusahaan memberikan dampak baik dalam strategi pemasaran maupun untuk mempertahankan eksistensinya sesuai dengan tujuan, misi dan visi perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Bartens, K. 2002. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Djokosantoso, M.2005. *Cultured*. Budaya Organisasi dalam Tantangan. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Ernawan, E.R. 2004. *Pengaruh Budaya Organisasi dan Orientasi Etika terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur*, *Usahawan*, No.9 tahun XXXIII September 2004,hal 17-24.
- Ferrell, O.C., and L.G. Gresham.1985. A Contingency Framework for Understanding Ethical Decision Making in Marketing. *Journal of Marketing* Vol,49:87-96.

- Francisia, E.S.1992. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (sebuah kajian sosiologis) Usahawan*. No. 10 Th.XXI.Oktober.
- Fong, C.W. 2002."The Relationship of Ethical Decision Making to Business Ethics and Performance in Taiwan". *Journal of Business Ethics*. 35:163–176.
- Freeman, R.E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, MA Pitman.
- Gaudine, A., and L. Thome. 2001. Emotion and Ethical Decision Making in Organization, *Journal of Business Ethic*. 31: 175–187.
- Kenyon, A. 1998. *An Ethics Model for Managers. Business Ethics, A European Review*, Vol 7; Oktober 220–225
- Keraf, S. 1998. *Etika Bisnis: Tuntulan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kotter, John, P., and James, L.H. 1992. *Corporate Culture and Performance*. New York: The Free Press.
- Oetomo, J. 2001. *Dunia Usaha dan Etika Bisnis*. Jakarta: Buku Kompas.
- Quazi, A.M., and D.O'Brien. 2000. An Empirical Test a Cross-national Model of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics* .25:33–51.
- Rudito, B., dan Famiola, M.2007. *Etika Bisnis dan Tanggung jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Satar, A. 2006. *Peran Indonesiantower dalam Corporate Sosial Responsibility: Kasus warisan budaya dunia Borobudur*. Bandung: MBA-ITB.
- Soeharto, P.K. 2002. *Orasi Ilmiah: Perilaku Bisnis Modern tijaun pada Etika Bisnis Tanggung jawab Sosial*. Kediri: Orasi Ilmiah Uniska.
- Udiyaningsih. 2005. *Etika Bisnis, Intensitas perilaku etis Manajer dan Tanggung jawab Perusahaan pada stakeholders serta pengaruhnya terhadap kinerja Bisnis*, Disertasi. Brawijaya, Malang.