



Jahrizal, Wan Salsabila Aini, Elsyah Adetiya Daulay  
Dela Nur Rapika, Ghaliza Tricilla Kirani, Fany Amelia Parhusip  
Syafiq Arroyan Reinaldy, Neila Mareta, Naila Ansaria Simangunsong  
Afifa Salsabilla Putri, Dwi Syahara Rahmadhani, Fitria Hardiana  
Aurelia Dwi Zulvi. R, Zulfan Syah



---

# ETIKA BISNIS

PILAR MORAL DALAM  
DUNIA USAHA MODERN

---



# ETIKA BISNIS

## Pilar Moral

*dalam* Dunia Usaha Modern

**Penulis**

Jahrizal dkk



### **PENERBIT KBM INDONESIA**

adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air Indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku.

# ETIKA BISNIS

## Pilar Moral dalam Dunia Usaha Modern

Copyright @ 2025 Jahrizal dkk.

All right reserved

### Penulis

Jahrizal, Wan Salsabila Aini, Elsyah Adetiya Daulay, Dela Nur Rapika,  
Ghaliza Tricilla Kirani, Fany Amelia Parhusip, Syafiq Arroyan Reinaldy,  
Neila Mareta, Naila Ansaria Simangunsong, Afifa Salsabilla Putri,  
Dwi Syahara Rahmadhani, Fitria Hardiana, Aurelia Dwi Zulvi R,  
Zulfan Syah.

### Desain Sampul

Eca Art

### Tata Letak

Ika Puji A

### Editor

Azrul Muslihin

Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

### Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

**Penerbit KBM Indonesia**

**Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021**

081357517526 (Tlpn/WA)

### Website

<https://penerbitkbm.com>

[www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)

### Email

[naskah@penerbitkbm.com](mailto:naskah@penerbitkbm.com)

### Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

### Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

### Instagram

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

QRCBN: 62-1307-9908-152



Cetakan ke-1, Desember 2025  
14,8 x 21 cm, viii + 158 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit  
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-  
Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

#### **Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

- i. 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).
- ii. 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 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- iii. 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 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- iv. 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 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah)

# Kata Pengantar

---

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku yang berjudul Etika Bisnis: Pilar Moral dalam Dunia Usaha Modern ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai respons atas semakin kompleksnya tantangan moral dan etika yang dihadapi dunia usaha di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat.

Dalam praktik bisnis modern, pencapaian keuntungan tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab moral terhadap para pemangku kepentingan, masyarakat, dan lingkungan. Etika bisnis menjadi landasan penting dalam membangun kepercayaan, menjaga reputasi, serta menciptakan keberlanjutan usaha jangka panjang. Tanpa nilai-nilai etika yang kuat, aktivitas bisnis berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan seperti konflik kepentingan, penyalahgunaan wewenang, dan ketidakadilan sosial.

Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konsep dasar etika bisnis, nilai-nilai moral dalam pengambilan keputusan, serta penerapannya dalam berbagai situasi nyata di dunia usaha. Pembahasan

disajikan secara sistematis dengan mengaitkan teori etika, prinsip-prinsip bisnis yang bertanggung jawab, serta contoh-contoh kasus yang relevan dengan kondisi bisnis saat ini. Dengan demikian, buku ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, dan siapa pun yang tertarik pada pengembangan praktik bisnis yang beretika.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang konstruktif sangat diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, semoga buku ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif dalam menumbuhkan kesadaran etis dan tanggung jawab moral dalam dunia usaha modern.

# Daftar isi

---

|                                                                      |            |
|----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                           | <b>i</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                              | <b>iii</b> |
| <b>BAB 1 KONTEKS DAN URGENSI ETIKA DALAM<br/>BISNIS MODERN .....</b> | <b>1</b>   |
| A. Globalisasi sebagai Penggerak Utama Perubahan .....               | 1          |
| B. Revolusi Digital dan Disrupsi Teknologi.....                      | 2          |
| C. Perubahan Perilaku Konsumen .....                                 | 2          |
| D. Persaingan Bisnis yang Kian Ketat .....                           | 3          |
| E. Meningkatnya Kompleksitas Moral dalam Bisnis.....                 | 4          |
| F. Dilema Moral dari Inovasi Teknologi.....                          | 4          |
| G. Konflik Kepentingan antar Pemangku Kepentingan.....               | 5          |
| <b>BAB 2 HAKIKAT ETIKA BISNIS .....</b>                              | <b>7</b>   |
| A. Pengertian dan Ruang Lingkup Etika Bisnis.....                    | 7          |
| B. Pentingnya Etika Dalam Era Persaingan Global.....                 | 10         |
| C. Hubungan Antara Hukum, Moral, & Etika Binis .....                 | 12         |
| D. Perspektif Etika Dalam Konteks Budaya Indonesia .....             | 14         |
| <b>BAB 3 FILSAFAT DAN TEORI DASAR ETIKA.....</b>                     | <b>17</b>  |
| A. Aliran-aliran Etika Normatif.....                                 | 17         |

|                                                             |                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----|
| B.                                                          | Etika Teleologis Vs Deontologis Dalam Keputusan Bisnis .....        | 20 |
| C.                                                          | Kritik dan Penerapan Teori Etika Dalam Konteks Korporasi .....      | 21 |
| <b>BAB 4 MORALITAS INDIVIDU DALAM ORGANISASI..... 29</b>    |                                                                     |    |
| A.                                                          | Pendahuluan .....                                                   | 29 |
| B.                                                          | Karakter Moral Individu dan Pengaruhnya terhadap Organisasi .....   | 30 |
| C.                                                          | Dilema Moral di Tempat Kerja.....                                   | 31 |
| D.                                                          | Etika Pribadi, Profesional, dan Tanggung Jawab Sosial Pribadi ..... | 34 |
| <b>BAB 5 ETIKA ORGANISASI DAN BUDAYA PERUSAHAAN..... 37</b> |                                                                     |    |
| A.                                                          | Pembentukan Nilai-Nilai Organisasi .....                            | 37 |
| B.                                                          | Etika sebagai Elemen Budaya Perusahaan .....                        | 41 |
| C.                                                          | Faktor Pendorong dan Penghambat Perilaku Etis di Organisasi .....   | 44 |
| D.                                                          | Pembentukan Nilai-Nilai Organisasi .....                            | 47 |
| <b>BAB 6 KODE ETIK DAN SISTEM ETIKA KORPORAT.....51</b>     |                                                                     |    |
| A.                                                          | Pendahuluan .....                                                   | 51 |
| B.                                                          | Pengertian Kode Etik Perusahaan .....                               | 52 |
| C.                                                          | Tujuan dan Manfaat Kode Etik .....                                  | 53 |
| D.                                                          | Langkah-Langkah Penyusunan Kode Etik .....                          | 54 |
| E.                                                          | Penerapan dan Sosialisasi Kode Etik .....                           | 55 |
| F.                                                          | Sistem Etika Korporat .....                                         | 55 |
| G.                                                          | Tantangan dalam Pelaksanaan Kode Etik .....                         | 56 |
| H.                                                          | Studi Kasus: PT Telkom Indonesia .....                              | 56 |

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB 7 ETIKA DALAM HUBUNGAN DENGAN PEMANGKU KEPENTINGAN .....</b>            | <b>59</b> |
| A. Pendahuluan .....                                                           | 59        |
| B. Etika terhadap Pelanggan, Karyawan, Pemasok, Investor, dan Masyarakat ..... | 60        |
| C. Konflik Kepentingan dan Transparansi .....                                  | 64        |
| D. Konsep Etika Pemangku Kepentingan ( <i>Stakeholder Ethics</i> ) .....       | 65        |
| <b>BAB 8 ETIKA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS .....</b>                    | <b>67</b> |
| A. Pendahuluan .....                                                           | 67        |
| B. Model-Model Pengambilan Keputusan Etis .....                                | 68        |
| C. Dilema Etika dan Cara Mengatasinya .....                                    | 71        |
| <b>BAB 9 ETIKA PEMASARAN DAN LAYANAN KONSUMEN .....</b>                        | <b>75</b> |
| A. Pendahuluan .....                                                           | 75        |
| B. Kejujuran dalam Iklan dan Branding .....                                    | 76        |
| C. Isu Eksploitasi Konsumen dan Manipulasi Kebutuhan .....                     | 79        |
| D. Etika Harga, Produk, dan Promosi .....                                      | 80        |
| <b>BAB 10 ETIKA DALAM KEUANGAN AKUNTANSI DAN PELAPORAN .....</b>               | <b>85</b> |
| A. Pendahuluan .....                                                           | 85        |
| B. Definisi dan Makna Transparansi dan Akuntabilitas .....                     | 86        |
| C. Bentuk-Bentuk Fraud dan Pelanggaran Etika .....                             | 90        |
| D. Kasus Nyata: Enron dan Jiwasraya Pelajaran Etis .....                       | 93        |
| E. Pelajaran Etis dari Kasus Enron .....                                       | 94        |

|                                                                              |            |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB 11 ETIKA DALAM TEKNOLOGI DAN BISNIS DIGITAL .....</b>                 | <b>99</b>  |
| A. Pendahuluan .....                                                         | 99         |
| B. Privasi Data dan Keamanan Informasi .....                                 | 100        |
| C. Artificial Intelligence (AI) dan Tanggung Jawab Etis..                    | 103        |
| D. E-commerce, Influencer, dan Etika Digital Marketing .....                 | 106        |
| <b>BAB 12 ETIKA DALAM BISNIS GLOBAL DAN MULTINASIONAL .....</b>              | <b>111</b> |
| A. Etika Lintas Budaya dan Relativisme Moral.....                            | 111        |
| B. Standar Internasional dan ISO 26000 .....                                 | 116        |
| <b>BAB 13 TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN BERKELANJUTAN .....</b>                  | <b>123</b> |
| A. Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Strategi Etika .....        | 124        |
| B. CSR sebagai Strategi Bisnis .....                                         | 125        |
| C. Etika Dalam Implementasi CSR .....                                        | 125        |
| D. Sustainability Business .....                                             | 127        |
| E. Tantangan Etika Lingkungan dalam Dunia Bisnis .....                       | 127        |
| F. ESG (Environmental, Social, Governance) sebagai Paradigma Etis Baru ..... | 128        |
| G. ESG Sebagai Paradigma Etika Modern .....                                  | 129        |
| <b>BAB 14 MEMBANGUN ORGANISASI BERETIKA .....</b>                            | <b>133</b> |
| A. Strategi Membangun Budaya Etika Berkelanjutan ...                         | 133        |
| B. Kepemimpinan Etis dan Role Model Moral .....                              | 137        |
| C. Etika sebagai Keunggulan Kompetitif Jangka Panjang .....                  | 142        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                  | <b>147</b> |
| <b>PROFIL PENULIS .....</b>                                                  | <b>153</b> |

# Daftar Pustaka

---

- Marhayati, N. (2021). Internalisasi budaya gotong royong sebagai identitas nasional. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 8(1), 21-42. <https://doi.org/10.22146/jps.v8i1.68407>
- Lisaria Putri, R., & Werastuti, D. N. S. (2022). *Pengembangan UMKM Batik Kembang Turi*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mawardi. (2024). Gotong Royong sebagai fondasi moral budaya: Perspektif hukum dan keharmonisan sosial. *Prosiding Mimbar Justitia*,
- Arief, M I., dan Yuwanto L., (2021). Gotong Royong Sebagai Budaya Bangsa Indonesia Ditinjau Dari Teori Nilai (Basic Human Values Theory). *Jurnal Cahaya Mandalika*.
- Mawardi M F., Mulyana A., dan Amalia M., (2024), Gotong Royong Sebagai Fondasi Moral Budaya: Perspektif Hukum Dan Keharmonisan Sosial. *Prosiding Seminar*.
- Kant I. *Groundwork for the metaphysics of moral* [Internet]. Al.]. AWW; with essays by JBS [et, editor. New Haven and London: assistance from the Ernst Cassirer Publications Fund; Available from: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/37794/1/61.pdf.pdf>
- Audi R. *Of Moral Conduct a theory of obligation, reasons and values*. Indiana: Cambridge University Press; 2009 p.
- Auchter L, Dziewa M. *Managing Ethical Issues : How ISCT Can Help to Fight Corruption and Child Work - A Comparative*

- Study Key Words*: 2013;7(2):1-14. Available from: [https://jbrmr.com/cdn/article\\_file/i-15\\_c-129.pdf](https://jbrmr.com/cdn/article_file/i-15_c-129.pdf)
- BARAKA. (2024). *Etika dan Tanggung Jawab Sosial: Fondasi Harmoni Lingkungan Kerja*. BARAKA UMA.
- Kompasiana.com. (2022). *Tiga Kerangka untuk Pengambilan Keputusan Etis*. Kompasiana.com.
- LMS-SPADA INDONESIA. (2024). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)*. LMS-SPADA INDONESIA.
- Narváez, D., & Rest, J. R. (1999). The four components of moral behavior. In J. R. Rest & D. Narváez (Eds.), *Moral development in the professions: Psychology and applied ethics* (pp. 1-28). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- ResearchGate. (2025). *Pengaruh Moralitas Individu, Budaya Organisasi, Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Risiko Fraud*. ResearchGate.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson Education.
- Sribijaya University Repository. (2023). *kecenderungan penyalahgunaan aset: - multi-perspective fraud model*. Sriwijaya University Repositor
- Sedyastuti K. *Etika Bisnis, Orientasi Manajemen Stakeholders, Pengambilan Keputusan Manajer dan Budaya Perusahaan Kaitannya dengan Peningkatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Kinerja Perusahaan*.
- Transparansi P, Keuangan L, Integrasi DAN, Dimoderasi Y, Etika O, Akuntan P. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. 2021;(2020).
- Alokasi P, Desa D. *Akuntabilitas dan transparansi keuangan dalam pengelolaan alokasi dana desa*. 2014;
- Ali H, Saputra F. *Pengaruh Transparan , Akuntabilitas dan Tanggung Jawab terhadap Good Corporate Governance*.

- 2023;2(2):130-9.
- Jurnal J, Mea I, Akuntabilitas P, Transparansi DAN. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi , dan Akuntansi)*. 2023;978-88.
- Putri PD, Medina DS, Hilwah L, Ulfa M. ANALISIS PELANGGARAN ETIKA PROFESI AKUNTANSI ( Studi Kasus PT Pertamina ). 2025;9(6):110-7.
- Sudarmanto E, Dewi IP, Prasetyo FM, Barus II. Webinar PkM : Penyuluhan dan Edukasi dari Kasus Skandal Etika dalam Dunia Bisnis. 2025;5(4):1032-42.
- Manajemen NA. ISSN: 3025-9495 Neraca Akuntansi Manajemen, *Ekonomi*. 2025;18(7).
- Sari SR, Dewi DNA-M, Digdowiseiso K. The role of transformational leaders in cultivating ethical work to improve organizational citizenship behavior. *J Manajemen Maranatha*. 2022;22(1):41-52.
- Nashrullah H, Maemunah M, Purnamasari P. Building Integrity From Within: The Role Of Organizational Culture And Commitment In Preventing Fraud In Student Organizations At Universitas Islam Bandung. *J Economics Business UBS*. 2025;14(5).
- Hakim AR, Rahman A, et al. Fostering Ethical Business Practices: A Bibliometric Review of the Linkages of Organizational Culture, Environment, and Business Ethics. *Logistics, Supply Chain, Sustainability and Global Challenges*. 2024;15(2):75-95.
- (Anonymous). *Building an Ethical Organizational Culture*. PubMed. 2020.
- Dziedzic J, et al. Cultivating Sustainable and Ethical Practices in Public Service: The Role of Employee Ethos in Shaping Public Sector Culture. *J Intercultural Management*. 2024;16(2):74-96.

- International Organization for Standardization (ISO). ISO 37001: Anti-bribery management systems. Geneva: ISO; 2016 (rev 2023)
- Zhu W, Treviño L, Zheng X. Ethical Leaders and Their Followers: The Transmission of Moral Identity and Moral Attentiveness. *Business Ethics Quarterly*. 2016;26(1):95-115.
- Syahrani M, Hernawaty H, Winarno A. The Effect of Ethical Leadership On Job Performance: The Mediating Role of Public Service Motivation and Normative Commitment. *J Leadership in Organizations*. [Internet] 2025 [cited 2025 Nov 5]. Available from: [<https://jurnal.ugm.ac.id/leadership/article/view/70614>] (<https://jurnal.ugm.ac.id/leadership/article/view/70614>)
- Koay A, Lim R. Fair and Equitable Organisational Policies and Ethical Leadership: An Indonesian Context. *Jurnal Mantik*. 2023;7(1):77-85.
- Sehrawat P, Simran S, Sangeeta S, Anupama, Shakuntla. Ethical Leadership Role in Leading Organization: A Conceptual Review Paper. *Journal of Informatics Education and Research*. 2024;4(3).
- Xiao Y, Wang Y, Zheng X. The Effect of Ethical Leadership on Innovative Work Behaviors: A Mediating-Moderating Model. *Sustainability*. 2023;15(9):7190.
- Muktamar B. The Role of Ethical Leadership in Organizational Culture. *Jurnal Mantik*. 2023;7(1):77-85.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Laporan Tahunan OJK 2022*. Jakarta: OJK; 2023.
- Porter ME, Kramer MR. Creating shared value. *Harvard Business Review*. 2011;89(1-2):62-77.

- Khan MN, Serafeim G, Yoon A. Corporate sustainability: First evidence on materiality. *The Accounting Review*. 2016;91(6):1697–1724.
- Ramiyati N, Putra F, Widiarta IPGD, Sofalina FDJ. Corporate governance, risk management, and business ethics on firm performance in the modern business environment. *Indo-Fintech Intellectuals: J Econ & Bus*. 2025;5(2):4721–34.
- BCA. *Sustainability Report 2020*. Jakarta: BCA; 2020. ([esg.idx.co.id][4])
- Azhar FF. Faktor yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan dan strategi jangka panjang. *Pendas: J Ilm Pendidikan Dasar*. 2025. ([Journal Universitas Pasundan.
- Abdul Wahid et al. *The importance of business ethics to enhance corporate social responsibility (paper)*. IJECM; 2024. ([international.areaai.or.id][6])
- Ramiyati N et al. (see ref. 4) — *rekomendasi integrasi etika dalam strategi dan pengukuran kinerja*.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Pedoman/Tata Kelola Kecerdasan Buatan Perbankan Indonesia; Roadmap dan pedoman*. Jakarta: OJK; 2023.



# Profil Penulis

---



Lahir pada tanggal 21 November 1962 di Duri, kabupaten Bengkalis. Riwayat pendidikan untuk jenjang S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Riau dengan mengambil Jurusan Ekonomi Pembangunan dan lulus pada tahun 1986. Kemudian melanjutkan pendidikan pada pascasarjana atau S2 di Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Bandung (ITB) dengan mengambil Jurusan Studi Pembangunan dan lulus pada tahun 2003. Pada tahun 2012 telah menyelesaikan program Doktoran pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya dengan mengambil Jurusan Manajemen Pembangunan.

Saat ini beliau menjadi dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau untuk program S1 Ilmu Ekonomi dan Pascasarjana S2 Manajemen. Untuk mata kuliah yang diampu saat ini adalah ekonomi industry, ekonomi publik, ekonomi manajerial, dan ekonomi mikro. judul studi terbaru yang telah dilaksanakan adalah Inovasi Model Bisnis Budidaya Kambing Etawa yang Terintegrasi Pertanian Organik Menggunakan Internet of Things - Pengembangan Produk Binder Berbasis Lateks Karet Alam sebagai substitusi komponen impor untuk Cat Emulsi Kedap Air - Smart Machine Vision Berbasis Pencitraan Multispektral Untuk Sortasi Dan Grading Tandan Buah Segar Kelapa Sawit. Untuk pengalaman pengabdian untuk masyarakat yang pernah dilaksanakan diantaranya adalah Inovasi Model Bisnis Budidaya Kambing Etawa yang Terintegrasi Pertanian Organik Menggunakan Internet of Things (2024) - Pengembangan Produk Binder Berbasis Lateks Karet Alam sebagai substitusi komponen impor untuk Cat Emulsi Kedap Air

(2024) - Smart Machine Vision Berbasis Pencitraan Multispektral Untuk Sortasi Dan Grading Tandan Buah Segar Kelapa Sawit (2022). Selain aktif dalam berbagai penulisan penulis juga aktif dalam penulisan berbagai publikasi diantaranya adalah Advantages of the Location of the Bukit Batu Small and Medium Weaving Industry Center, Bengkalis Regency (2024) - The Impact Of Government Spending, Financial Deepening, And Unemployment On Poverty Reduction In Indonesia (2024) - The Economics of Vision's Machine For Sorting Palm Fruit Bunches to Increase Indonesia's CPO Exports (2023). Selain itu penulis juga memiliki Paten/HKI yaitu Aplikasi Manajemen Budidaya Kambing Etawa Terintegrasi Pertanian Organik Sistem Monitoring Sensor IoT - Sistem Informasi Manajemen Buah Sawit.

Email Penulis: [jahrizal@lecturer.unri.ac.id](mailto:jahrizal@lecturer.unri.ac.id)



Nama : Wan Salsabila Aini

Nim : 2402113134

Tempat/Tanggal lahir : Pekanbaru, 24  
Januari 2008

Alumni : MAN 1 Pekanbaru



Nama : Elsyah Adetiya Daulay  
Nim : 2402113313  
Tempat/Tanggal Lahir : BT Tanggal Baru, 16  
Juli 2007  
Alumni : SMK NEGERI 1 Mempura



Nama : Dela Nur Rapika  
Nim : 2402113036  
Tempat/Tanggal Lahir : Bengkalis, 29 Agustus  
2006  
Alumni : SMAN 2 Bengkalis



Nama : Ghaliza Tricilla Kirani  
Nim : 2402135129  
Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 1 November  
2006  
Alumni : SMA DEK PADANG



Nama : Fany Amelia Parhusip  
 Nim : 2402114351  
 Tempat/Tanggal Lahir : Nainggolan,  
 08 September 2006  
 Alumni : SMAN 1 Onanrunggu



Nama : Syafiq Arroyan Reinaldy  
 Nim : 2402126301  
 Tempat/Tanggal Lahir : Bangkinang,  
 19 Oktober 2005  
 Alumni : SMAN 1 Bangkinang



Nama : Neila Mareta  
 Nim : 2402135535  
 Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru,  
 10 Maret 2006  
 Alumni : SMAN 1 Tembilahan Hulu



Nama : Naila Ansaria Simangunsong  
 Nim : 2402114619  
 Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 13  
 Mei 2006

Alumni : SMA Handayani Pekanbaru



Nama : Afifa Salsabilla Putri  
 Nim : 2402126318  
 Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 23  
 Desember 2005  
 Alumni : SMAN 5 Pekanbaru



Nama : Dwi Syahara Rahmadhani  
 Nim : 2402126238  
 Tempat/Tanggal Lahir : Dumai, 30  
 September 2005  
 Alumni : SMAN 2 Dumai



Nama : Fitria Hardiana  
 Nim : 2402113790  
 Tempat/Tanggal Lahir :  
 Seresam, 29 Oktober 2006  
 Alumni : MAS Nurul Islam  
 Seresam



Nama : Aurelia Dwi Zulvi. R  
 Nim : 2402135827  
 Tempat/Tanggal Lahir : Dumai, 30  
 Oktober 2006  
 Alumni : SMA NEGERI 1 Dumai



Nama : Zulfan Syah  
 Nim : 2402110383  
 Tempat/Tanggal Lahir : Bengkalis, 03  
 Januari 2007  
 Alumni : SMAN 1 Tebing Tinggi

**Etika Bisnis Pilar Moral dalam Dunia Usaha Modern** merupakan buku yang membahas secara komprehensif peran etika sebagai dasar moral dalam aktivitas ekonomi dan organisasi. Buku ini menguraikan konsep dasar etika bisnis, teori-teori etika normatif, serta hubungan antara moralitas individu dan perilaku organisasi. Pembahasan mencakup pentingnya pembentukan budaya perusahaan yang beretika, penerapan kode etik korporat, serta tanggung jawab terhadap para pemangku kepentingan. Selain itu, buku ini menyoroti penerapan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam bidang keuangan, akuntansi, dan pelaporan. Dalam konteks perkembangan teknologi dan globalisasi, etika diposisikan sebagai pedoman penting dalam menghadapi tantangan bisnis modern, termasuk isu tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Secara keseluruhan, buku ini menegaskan bahwa penerapan etika secara konsisten merupakan kunci terciptanya organisasi yang berintegritas, berdaya saing, dan berkelanjutan.



PENERBIT KBM INDONESIA  
Anggota IKAPI  
0813 5751 7526 / (0353) 3234874  
Kantor: Maguwoharjo, Depok, Sleman-Yogyakarta  
@penerbitbukujogja  
@penerbit.kbm

