

## Persepsi Karyawan Tentang Etika Bisnis (Studi Pada PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi)

Riane Johnly Pio

[rian.pio62@gmail.com](mailto:rian.pio62@gmail.com)

Johny Revo Elia Tampi

[jrtampi@gmail.com](mailto:jrtampi@gmail.com)

*Abstract. The purpose of this study is to determine employee perceptions of business ethics, ethical implementation and local cultural values by employees. Data were obtained from 92 respondents by using questionnaires at nominal scale, which were analyzed using nonparametric statistics. The results showed that employee perception about business ethics is very good because the majority of respondents gave a positive answer on the indicators tested in the range of numbers 73% to 98%. The implementation of business ethics in air transport services company is quite good because of lack of complaints from customers. While the impact of local cultural values on ethical behavior is relatively less visible because the strategy and business policy set from the head office. Therefore, knowledge and understanding of employee business ethics need to be improved, as well as the availability of ethical guidebooks for the implementation of business ethics to be easily realized, and local cultural values need to be integrated with organizational business practices.*

Keywords: Business Ethics, Local Cultural Values, Air Transportation

### PENDAHULUAN

Dekade pertama abad dua puluh satu, dunia bisnis ditandai dengan tumbangannya beberapa perusahaan besar di Amerika Serikat (Hemphill, 2003). Kehancuran perusahaan-perusahaan besar tersebut merupakan kombinasi dari penipuan, arogansi, transaksi keuangan palsu dan praktek akuntansi yang tidak tepat dengan melakukan *mark up* laba serta menyembunyikan utang (Daft, 2007). Aktifitas bisnis di Indonesia, juga tidak luput dari tindakan yang melanggar etika. Kasus-kasus penyelewengan dan penyalagunaan wewenang sudah sering kali terungkap di media massa, dan hal ini terus berulang-ulang terjadi sampai saat ini. Konkritnya seperti yang terjadi pada Bank Duta, Bank Century, Citi Bank, BSM di Bogor dan yang terbaru kasus Umroh dari Frist Travel. Kasus-kasus etika bisnis yang terjadi di Indonesia dirumuskan dalam satu pertanyaan “seberapa beretikakah pelaku bisnis di Indonesia” (Rudito dan Famiola, 2007).

Etika bisnis menjadi persoalan yang cukup krusial dalam aktivitas bisnis. Dalam praktek bisnis akan muncul dua kepentingan yang saling bertolak belakang yaitu keinginan pelaku usaha untuk berhasil dalam mendapatkan keuntungan di satu sisi, serta harapan konsumen untuk mendapat produk dengan harga yang terjangkau di sisi yang lain. Pelaku usaha berupaya mencapai kepentingannya dengan berbagai cara sehingga dapat saja mengabaikan kepentingan pihak-pihak lain, termasuk didalamnya kurang peduli dengan apa yang menjadi harapan konsumen. Inilah realitas bisnis yang jika tidak di kelola dengan baik justru akan merugikan semua pihak dalam pandangan yang obyektif etika terkait dengan keuntungan perusahaan, sebaliknya jika tidak mengikuti aturan main bisnis pada dasarnya seperti memastikan kerugian (Skrabec, 2003).

Ulrich dan Thielman (1993) dalam Pratley (1997) mengenai bagaimana manajer bisnis memikirkan peran moralitas dalam bisnis menunjukkan bahwa manajer pada umumnya

menganut pernyataan bahwa etika yang sehat adalah bisnis yang baik untuk jangka panjang. Pandangan yang lebih mendasar terkait dengan hakekat manusia sebagai bagian yang tak terelakan dengan berbagai nilai-nilai yang ada ditengah komunitas masyarakat, sehingga etika hendaknya menjadi bagian dari bisnis menunjukkan bahwa aktivitas bisnis, seperti aktivitas manusia lainnya, tidak dapat eksis kecuali orang yang terlibat dalam bisnis dan komunitas sekitarnya taat terhadap standar minimal etika (Velasques, 2005).

Keadaan dan kondisi bisnis modern merupakan realitas yang amat kompleks. Banyak faktor yang turut mempengaruhi dan menentukan kegiatan bisnis, seperti antara lain faktor organisatoris-manajerial, ilmiah tehnologis, dan politik sosial-kultural. Kompleksitas bisnis itu berkaitan langsung dengan kompleksitas masyarakat modern sekarang (Bertens, 2000). Dunia bisnis senantiasa diperhadapkan dengan ambivalensi antara mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya dengan gencarnya tuntutan berbagai pihak menyangkut perlunya menerapkan nilai-nilai etika dalam praktek bisnis. Ketidak-tepatan dalam memutuskan pilihan untuk menerapkan atau tidak menerapkan etika bisnis akan memiliki konsekwensi pada kelangsungan hidup usaha. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk mampu memutuskan yang terbaik bagi keberlangsungan usaha di masa yang akan datang.

Seorang manajer tidak mungkin bebas dari berbagai masalah dalam pekerjaannya. Sebagian masalah yang dihadapi mungkin bukan masalah etis, atau masalah manajerial. Perbedaan kedua jenis masalah tersebut sering kabur, karena sering kali wujud masalah etika ada dalam masalah manajemen. Tapi, tidak selalu masalah manajerial merupakan masalah etika. Etika lebih membahas apa yang benar atau salah, wajar atau tidak wajar, jujur atau tidak jujur, adil atau tidak adil. Dengan kata lain, ada unsur penilaian berdasarkan suatu titik berangkat atau kaidah-kaidah yang “ideal dan dianggap luhur”. Manajemen sendiri akan membahas berdasarkan kaidah antara lain “efektif dan efisien” (Chandra, 1995). Dilema yang dihadapi pelaku bisnis sarat dengan konflik batin antara mengikuti kebiasaan “tidak baik” yang sudah berlangsung lama dalam kehidupan bisnis atau mengikuti kata hati “nurani” sebagai yang hakiki dari eksistensi manusia. Pilihan ini memang sulit karena harus diakui, kepentingan utama bisnis adalah menghasilkan keuntungan maksimal bagi *shareholders* (Pin, 2006). Fokus itu membuat pelaku usaha yang berorientasi jangka pendek menghalalkan segala cara untuk mencapai keuntungan.

Secara formal pemahaman tentang etika bisnis sudah mulai diberikan ketika seseorang dalam proses pendidikan. Apalagi bagi mereka yang menempuh pendidikan dibidang ekonomi dan bisnis. Organ (2003) mengutip penelusuran Fortune (2002) tentang Universitas di Amerika Serikat yang memasukan etika bisnis didalam kurikulum *School of Business*. Demikian juga Duarte (2008) ketika melakukan penelitian yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa terhadap etika di lembaga pendidikan yang berkaitan dengan ekonomi dan bisnis. Bahkan menurut Morris dan Wood (2011) studi tentang etika bisnis sudah dibahas sejak akhir pertengahan abad 20, sehingga mereka menawarkan model organisasi dalam pendidikan etika. Di Indonesia, etika bisnis sudah mulai dimasukan pada kurikulum program studi yang terkait dengan pendidikan ekonomi dan bisnis sejak akhir 1980-an (Bertens, 2000).

Di dalam organisasi bisnis tidak semua karyawan pernah belajar secara formal tentang etika bisnis. Kompleksitas aktifitas organisasi bisnis mengharuskan rekrutmen karyawan didasarkan atas kebutuhan, sehingga kompetensi dari karyawan berasal dari berbagai disiplin ilmu. Kebanyakan profesional seperti dokter, insinyur, arsitektur dan profesional lainnya memiliki aturan etika berdasarkan kode etik profesi atau panduan tanggung jawab profesionalisme (Gayton, 2008). Kode etik menjadi panduan bagi perilaku dan tanggung jawab karyawan dalam profesi mereka (Stohl, Stohl, dan Popova, 2009). Pada dasarnya inti dari etika bisnis terletak pada manusia yang melakukan aktivitas bisnis. Etika merupakan wujud dari perilaku yang diimplementasikan manusia atas berbagai aktivitasnya. Etika

merupakan sebuah pedoman yang dipakai untuk mengukur suatu tingkah laku yang tidak berkenan baik secara individu maupun kelompok (Rudito dan Famiola, 2007). Nilai-nilai moral yang diyakini seseorang menjadi modal dasar perilaku, karena mengacu pada baik buruknya manusia sebagai manusia (Suseno, 1987).

Karakteristik organisasi dengan produk yang dihasilkan memberikan pembeda yang cukup berarti dari perilaku karyawan dalam menghadapi pelanggan. Produk dalam bentuk barang akan berbeda dengan produk jasa, termasuk karakteristik dan perilaku dari orang yang bekerja didalamnya. Dalam konteks etika, perilaku yang ditunjukkan seseorang cukup memiliki hubungan yang paralel dengan karakteristik produk yang dihasilkan serta fungsi yang dijalankannya. Misalnya seorang yang bekerja di bagian produksi mobil tidak sama perilaku etisnya dengan seorang yang bekerja dibagian layanan purna jual. Orang yang bekerja di bagian produksi mobil perilaku etisnya diwujudkan dalam bentuk menghasilkan produk dengan kualitas bahan baku yang baik (perilaku etis yang bersifat *Explicit*). Sedangkan orang yang bekerja di bagian purna jual perilaku etisnya diwujudkan dalam bentuk memberikan jasa layanan yang memungkinkan konsumen puas (perilaku etis yang bersifat *Tacit*). Dalam konteks bisnis di Indonesia, latar belakang pelaku usaha yang tidak sama melahirkan perilaku yang berbeda-beda juga (Goodfellow, 2002).

Karakteristik usaha jasa lebih banyak terkait dengan kepuasan konsumen dan kepuasan kerja. Puas tidaknya konsumen sangat erat berhubungan dengan perilaku yang ditampilkan karyawan melalui jasa layanan seperti keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1995). Perilaku etis menjadi faktor krusial untuk melahirkan kepuasan konsumen yang berkelanjutan maupun kepuasan kerja karyawan (McCain, Tsai dan Bellino, 2010). Secara empiris kualitas layanan yang diberikan karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi direspon positif oleh konsumen dengan tingkat kepuasan yang signifikan (Pio, Sumampouw, Triyono, 2008).

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana persepsi karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi tentang etika bisnis; (2) Bagaimana implementasi perilaku etis karyawan perusahaan yang bergerak pada jasa transportasi udara; (3) Apakah nilai-nilai budaya lokal memberikan dampak yang bermakna bagi perilaku etis. Sedangkan tujuan penelitian adalah: (1) Dapat memperoleh informasi tentang persepsi karyawan menyangkut etika bisnis; (2) Mengetahui implementasi perilaku etis karyawan yang bergerak dalam perusahaan jasa transportasi udara; (3) Mengetahui apakah nilai-nilai budaya lokal menjadi bagian dari perilaku etis karyawan.

## KAJIAN TEORI

Etika secara harafiah berasal dari kata Yunani *ethos* atau arti jamaknya *ta etha* yang berarti adat kebiasaan yang baik. Adat kebiasaan yang baik ini lalu menjadi sistem nilai yang berfungsi sebagai pedoman dan tolak ukur tingkah laku yang baik dan buruk (Devine, 1997). Pengertian ini sama dengan pengertian moralitas, di mana moralitas berasal dari kata latin *mos* dalam bentuk jamak *mores* dengan arti adat istiadat atau kebiasaan. Secara harafiah pengertian etika dan moralitas sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang ajek dan terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan (Keraf, 1998).

Etika memiliki beragam makna yang berbeda, tetapi secara garis besar terdapat dua makna etika yaitu: 1) Prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok; 2) Kajian moralitas, (Velasquez, 2005). Etika memberikan panduan bagi manusia untuk bertingkah laku sesuai dengan nilai-nilai moralitas seperti benar dan salah atau baik dan jahat. Etika berhubungan dengan filsafat moral atau etika normatif. Sebagai penyelidikan normatif dan bukan sebagai ilmu murni yang deskriptif, dimana ia tidak memberikan pilihan-pilihan yang

netral dari praktek moral yang ada, tetapi mengatur pokok persoalannya dalam suatu kerangka penilaian yang tegas. Tujuannya adalah mempelajari perilaku, baik moral maupun immoral, dengan tujuan membuat pertimbangan yang cukup beralasan dan akhirnya sampai pada rekomendasi yang memadai. (Pratley, 1997).

Kata bisnis diterjemahkan dari kata *business* yang secara harafiah dapat diartikan sebagai perusahaan, usaha, dagang, keniagaan, ketataniagaan, atau urusan. Bisnis dimaknai sebagai organisasi yang menghasilkan barang dan jasa dalam rangka mencari keuntungan (Griffin dan Ebert, 2006). Bisnis itu sebagai kegiatan sosial dengan tiga aspek yang melingkupinya seperti: (1) Aspek ekonomi dengan ciri-cirinya seperti: bisnis untuk mencari keuntungan, keuntungan bagi kedua belah pihak, sifatnya terstruktur dan terorganisir, dan *good business* adalah bisnis yang banyak membawa untung; (2) Aspek hukum yaitu hukum memiliki aturan dan sanksi yang tegas; (3) Aspek moral dengan indikasinya seperti mengejar keuntungan adalah wajar asal tidak merugikan pihak lain, menghormati kepentingan dan hak orang lain, janji harus ditepati dan ada kepercayaan (*trust*), (Bertens, 2000).

Perkembangan bisnis yang cepat dengan arus globalisasi yang hampir memasuki semua sendi kehidupan manusia, cenderung telah memisakan standar etika pribadi dengan standar etika dalam aktivitas bisnis. Idealnya semakin maju bisnis dalam kehidupan manusia, maka semakin wajib etika bisnis diimplementasikan. Pertumbuhan aktifitas ekonomi yang cepat membutuhkan aturan main yang baik dan etis. Transparansi yang dituntut oleh ekonomi global mengharuskan praktek bisnis dilakukan secara etis pula. Dalam ekonomi pasar global, bisnis akan *survival* kalau mampu bersaing atas dasar produktivitas dan efisiensi.

Etika bisnis telah menjadi kajian dan pembahasan yang cukup penting pada beberapa dekade terakhir (Morris dan Wood, 2011). Perilaku etis pelaku bisnis menjadi salah satu faktor yang senantiasa dianggap sumber keberhasilan perusahaan, sedangkan sebaliknya perilaku tidak etis menjadi sumber kegagalan dan kebangkrutan perusahaan. Krisis ekonomi dan keuangan yang terjadi selang 30 tahun terakhir yang mulai dari "*Financial Krach financier 1987*" sampai dengan "*The subprime crisis from 2007 on*" disinyalir karena "*speculative bubbles*" pelaku bisnis (Paulet, 2011).

Etika bisnis pada hakekatnya terbentuk dan tercipta dari lingkungan bisnis itu sendiri. Melalui suatu proses gerakan nilai-nilai yang dianut individu-individu yang bergerak di dunia bisnis, dari nilai-nilai pribadi akhirnya ditanamkan menjadi nilai-nilai perusahaan berupa etika lingkungan kerja yang sudah ditentukan oleh perusahaan dalam bentuk *mission statement and corporate culture* (Chandra, 1995). Akar dari etika bisnis dibangun dari enam sumber utama yaitu: (1) *Genetic Inheritance*; (2) *Religion*; (3) *Philosophical System*; (4) *Cultural Experience*; (5) *The Legal System*, (6) *Codes of Conduct*, (McAdams, 1986).

Menurut Devine (1997) ada tiga lingkup dan sasaran etika bisnis yaitu: (1) Perusahaan. Etika bisnis dalam konteks perusahaan terutama berkaitan dengan pelaku bisnis itu baik perorangan maupun bersama-sama dilingkungan organisasi perusahaan. Tujuannya menyadarkan dan menggugah serta mengajak pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik dan etis dengan didasarkan atas berbagai argument dan pemikiran tertentu; (2) Masyarakat luas. Pada bagian ini etika bisnis tidak lagi terbatas bagi pelaku usaha tetapi untuk masyarakat luas seperti konsumen, buruh, pemilik aset umum berupa air, udara, hutan, laut yang bersentuhan secara langsung atau tidak langsung dengan praktek bisnis tertentu seperti nasabah, peminat pasar modal, media massa, aktivis sosial dan berbagai elemen yang ada di dalam masyarakat. Etika bisnis disini berkaitan untuk menyadarkan masyarakat akan haknya berkaitan dengan praktek bisnis; (3) Sistem sosial, ekonomi dan politik. Target utama dalam kategori ini adalah pemerintah. Dengan cara mendorong pemerintah untuk menciptakan iklim sosial politik yang menunjang kegiatan bisnis yang baik dan etis.

Bentuknya berupa lahirnya berbagai perangkat kebijaksanaan legal dan politik yang kondusif bagi berjalannya bisnis dengan baik dan etis.

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia pada umumnya. Demikian pula, prinsip-prinsip itu sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masyarakat. Sebagai ilustrasi bisnis Jepang terkait erat dengan nilai masyarakat tersebut, demikian juga dengan Amerika Serikat, China dan negara-negara lain yang maju ekonominya. Namun, sebagai etika terapan prinsip-prinsip dalam etika bisnis sesungguhnya penerapan dari prinsip etika pada umumnya.

Chandra (1995) menyatakan anatomi masalah etika dalam lingkungan bisnis meliputi: (1) Transaksi bisnis di luar lembaga. Transaksi ini berupa aktifitas bisnis secara perorangan di luar lembaga bisnis yang ada di masyarakat. Bentuknya berupa aktifitas jual beli berbagai produk antar individu seperti tanah, mobil, rumah. Transaksi dengan pola seperti ini tingkat keberhasilan akan sangat tergantung pada integritas dan kepercayaan individu yang berinteraksi tersebut. Namun pelanggaran etika yang muncul dapat berupa penipuan karena kepercayaan tidak terbangun dengan niat yang baik; (2) Transaksi dan interaksi dalam lingkup perusahaan. Hal ini dapat berupa hubungan antara bawahan dan atasan yang tidak harmonis karena atasan merasa ia memiliki otoritas untuk memerintah dan mengatur bawahan, sebaliknya bawahan merasa terancam dengan penilaian atasan atas kinerjanya; (3) Masalah atasan dengan atasan. Bentuknya berupa pertentangan atau persaingan yang kurang sehat antar atasan yang dapat menyeret bawahan pada area konflik; (4) Masalah antar anak perusahaan. Bentuknya berupa munculnya kebijakan pimpinan perusahaan induk atas perusahaan cabang dalam hal status perusahaan yang sewaktu-waktu dapat beralih kepemilikannya misalnya terjadi akuisisi atau merger dengan perusahaan lain.

Perilaku etis merupakan pedoman dari kebijakan-kebijakan tertulis, standar-standar tidak tertulis, dan teladan yang diberikan oleh para pemimpin kepada setiap orang di dalam organisasi, sehingga mampu membuat pilihan-pilihan yang memiliki implikasi terhadap moral. Dalam rumusan yang lain dapat dikatakan perilaku etis merupakan perwujudan dari etika yang diimplementasikan di dalam organisasi bisnis. Karenanya, perilaku etis dikendalikan oleh “aturan, standar, kode, atau prinsip yang memberikan petunjuk bagi perilaku yang benar secara moral dan kebenaran atau kejujuran dalam situasi-situasi tertentu” (Lewis, 1985).

Perilaku etis tidak terlepas dari nilai-nilai yang menjadi keyakinan karyawan. Pentingnya perilaku etis pada organisasi semakin nyata dengan banyak penelitian terbaru yang menghasilkan pengetahuan yang terkait dengan organisasi dan manajemen (Trevino, Weaver dan Reynolds, 2006). Terdapat pertanyaan apakah terdapat penurunan dalam etika bisnis, terutama dengan terjadinya skandal-skandal bisnis perusahaan besar (Robbins dan Judge, 2008). Beberapa peneliti telah membahas tentang pentingnya perilaku etis bagi berfungsinya perusahaan dengan baik. Banyak penulis yang berpendapat ada kaitan antara etika dan krisis keuangan dunia tahun 2008 (Belak *et al.* 2010).

Poe (1986) menyatakan dalam praktek bisnis ada beberapa faktor yang mempengaruhi tindakan etis seperti: (1) *The individual's value code*; (2) *The behavior of colleagues*; (3) *The attitudes and action of superiors in enterprise*; (4) *Financial circumstance*; (5) *The enterprise's policy on specific ethical questions*; (6) *The ethical practises of the enterprise's industry*. Faktor-faktor ini sebaiknya sudah dikondisikan oleh organisasi sehingga perilaku etis dapat diwujudkan. Dalam implementasinya organisasi harus membangun iklim etika dalam bentuk saling peduli antar karyawan, adanya independensi, adanya kode etik, dan aturan-aturan yang jelas (Wimbush dan Shepard, 1994).

Dalam pembahasan dengan ruang lingkup yang lebih luas, pengukuran implementasi etika bisnis meliputi keseluruhan aktifitas bisnis baik secara informal maupun formal. Belak

*et al.* (2010) membagi pengukuran informal implementasi etika atas empat hal pokok yaitu: (1) Kepedulian manajer/model peran; (2) Ketulusan komunikasi etika antara manajemen dan karyawan; (3) Etika menjadi topik percakapan antar karyawan; (4) Mengkomunikasikan ceritera-ceritera tentang perilaku etis dari karyawan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan tehnik survei. Tehnik ini tidak melakukan perubahan terhadap variabel tertentu, namun melakukan penelitian seperti apa adanya tanpa terjadi perubahan lingkungan, dan bersifat deskriptif untuk menguraikan suatu keadaan yang sesungguhnya (Supranto, 2003). Penelitian dilakukan pada PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi Manado. Populasi berjumlah 193 orang, sedangkan sampel sebanyak 92 orang yang diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin dalam (Sekaran, 2006).

Pengumpulan data dilakukan secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner untuk data primer; diperoleh dari institusi yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi untuk data sekunder; dan berbagai referensi yang berkaitan dengan etika bisnis sebagai studi pustaka. Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, digunakan alat analisis statistik nonparametrik karena data yang diolah berada pada kategori skala nominal. Setelah data dikumpulkan, ditabulasi, dianalisis, dideskripsikan dan dibahas, kemudian disusun laporan yang diharapkan merupakan gambaran yang cukup komprehensif dari persepsi karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi tentang etika bisnis.

## HASIL PENELITIAN

Usia responden terdistribusi pada empat kategori dengan rincian usia 40-49 tahun sebanyak 35 %, yang berusia 30-39 tahun berjumlah 28 %, berusia antara 20-29 tahun sebesar 22 %, dan berusia diatas 50 tahun berjumlah 15 %. Karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi terbanyak berada pada usia yang produktif yaitu berusia 30 sampai dengan 50 tahun. Tingkat pendidikan responden memberikan kontribusi yang cukup berarti untuk kinerja organisasi. Pendidikan responden terbanyak lulusan D3/Akademi sebanyak 46%. Yang berpendidikan Strata 1 berjumlah 34 %, SLTA sebanyak 21 %.

Jabatan yang dipegang oleh responden dibagi atas tiga kategori yaitu manajemen puncak, manajemen menengah dan manajemen rendah. Karyawan yang memiliki jabatan pada kategori manajemen rendah sebanyak 46 %, kategori manajemen menengah berjumlah 43 %, yang tidak memberikan jawaban yang jelas sebanyak 11 %. Data ini memberikan informasi tingkat pendidikan karyawan umumnya pada level pendidikan teknis dengan jabatan pada bidang teknis dan pelaksana. Pengalaman kerja menjadi salah satu faktor yang memberikan kontribusi pada kinerja karyawan. Karyawan yang memiliki pengalaman kerja lebih dari 10 tahun berjumlah 56 %. Sedangkan pengalaman kerja antara 6 -10 tahun sebanyak 32 %, dan yang bekerja antara 1-5 tahun berjumlah 11 %. Mayoritas karyawan sudah berpengalaman karena sudah bekerja lebih dari 10 tahun.

Untuk mengetahui persepsi karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi Manado, maka pada bagian berikut ini dideskripsikan data yang merupakan jawaban yang diberikan responden. Sebanyak 85 % sudah pernah mendengar atau mengetahui tentang etika bisnis. Sedangkan 15 % belum pernah mengetahui tentang etika bisnis. Mengingat etika bisnis secara formal hanya diajarkan di Perguruan Tinggi yang memiliki program studi yang berkaitan dengan ekonomi atau bisnis, maka perlu ditelusuri lagi dari mana sumber responden mengetahui tentang etika bisnis. Sumber pengetahuan etika

bisnis karyawan berasal dari media cetak 38 %, pendidikan formal 24 %, media elektronik 16 %, sedangkan 7 % mengetahui dari sumber lain. Namun demikian 5 % karyawan mengetahui etika bisnis dari seminar, dan ada 5 % yang tidak menjawab dan tidak jelas mengetahui sumber pengetahuan etika bisnis.

Untuk mengetahui persepsi responden tentang perlu tidaknya etika dalam praktek bisnis, sebanyak 95 % berpendapat etika perlu dalam praktek bisnis, hanya 5 % karyawan yang menyatakan etika tidak perlu dalam aktifitas bisnis. Ketika dilanjutkan dengan pertanyaan yang terkait dengan pernyataan apakah “bisnis jangan dicampur-adukan dengan etika” benar atau salah. Ternyata, ada sebanyak 22 % berpendapat pernyataan itu benar, dan 78 % pernyataan itu salah, yang berarti etika tidak perlu dipisahkan dengan bisnis. Dikalangan pelaku bisnis ada yang berpendapat bahwa untuk mendapatkan profit perlu menghalalkan cara. Karena itu, terdapat 8% responden yang percaya keuntungan dapat diperoleh dengan menghalalkan segala cara. Sebaliknya ada sebanyak 92 % responden percaya bahwa dalam berbisnis tidak perlu menghalalkan cara untuk mendapatkan keuntungan.

Dalam menjalankan bisnis tidak lepas dari persaingan, karena karakteristik dari bisnis itu sendiri memang berkompetisi untuk mendapatkan pelanggan. Ketika responden ditanyakan tentang persaingan itu mengutamakan kepentingan pribadi atau kelompok, maka 78 % responden percaya bahwa bisnis itu untuk kepentingan pribadi atau golongan. Hanya ada sebanyak 22 % yang yakin persaingan tidak untuk mencari keuntungan pribadi atau golongan. Karena ada keyakinan dari sebagian orang bahwa bisnis itu penuh dengan persaingan, maka aturan yang diperlukan oleh pelaku bisnis harus memiliki perbedaan dengan aturan yang berlaku bagi masyarakat pada umumnya. Apakah hal ini diikuti juga oleh responden dalam penelitian ini ? Data yang diperoleh melalui penelitian ini menunjukkan 76 % responden berpendapat aturan bisnis tidak seharusnya berbeda dengan dengan aturan sosial yang berlaku umum bagi seluruh masyarakat. Namun 24 % setuju dengan perbedaan aturan antara pelaku bisnis dengan aturan sosial yang berlaku umum bagi semua orang.

Ada orang yang berasumsi bahwa jika melakukan bisnis dengan mengikuti aturan moral, maka cenderung sukar untuk mendapat keuntungan atau mengalami kerugian dalam persaingan bisnis. Sebanyak 15 % setuju tentang orang yang melakukan bisnis dengan mengikuti standar moral akan tidak beruntung dalam persaingan bisnis. Tetapi, sebaliknya sejumlah 85 % responden mendukung pelaku bisnis menjalankan usahanya dengan memegang teguh moralitas. Ketika ditanyakan apakah pelaku bisnis perlu menerapkan norma dan nilai-nilai yang berlaku di dalam masyarakat di mana bisnis itu dijalankan, maka 93 % responden setuju. Sedangkan sebanyak 6 % berpendapat tidak perlu, dan ada 1 % memberikan jawaban.

Aktivitas bisnis memiliki kaitan yang erat dengan kepercayaan. Bahkan bisnis yang sukses seharusnya diawali dengan komitmen untuk membangun kepercayaan dengan semua *stakeholders*. Sebanyak 98 % berpendapat kepercayaan merupakan modal yang berharga dalam menjalankan bisnis, sedangkan hanya 1 % responden menganggap kepercayaan bukan merupakan aset yang berharga, dan ada 1 % tidak memberikan jawaban yang pasti. Dengan demikian mayoritas responden meyakini kepercayaan merupakan faktor berharga dari aktivitas bisnis.

“Janji adalah hutang”, demikian suatu pernyataan yang sudah cukup umum dikenal bagi komunitas bisnis. Mayoritas responden sebanyak 97 % memberikan jawaban setuju dengan pernyataan bahwa janji itu sebagai aspek penting dari etika bisnis. Sedangkan hanya ada 3 % responden yang kurang sependapat dengan pernyataan janji itu sebagai hutang. Kemudian, perasaan optimis merupakan sesuatu yang cukup bermakna dalam menjalani kehidupan. Bagi kebanyakan orang rasa optimis merupakan daya dorong yang cukup kuat untuk mencapai kinerja individu bahkan berkontribusi bagi kinerja kolektif atau organisasi.

Sebanyak 73 % responden berpendapat bahwa memang bisnis yang baik pasti akan membawa keuntungan. Namun demikian, terdapat 27 % responden yang tidak yakin dengan pendapat bahwa bisnis yang dilakukan dengan baik akan membawa keuntungan. Memang, tidak semua orang memiliki keyakinan tentang bisnis yang dijalankan dengan baik dapat memberikan keuntungan. Apalagi masih banyak orang yang terjebak dengan pandangan bahwa bisnis itu merupakan arena yang tidak steril dari perilaku tidak etis.

## PEMBAHASAN

Persepsi merupakan proses kognitif kompleks yang menghasilkan gambaran dunia yang unik, yang mungkin agak berbeda dengan realita (Luthans, 2006). Karena sifatnya yang unik, memungkinkan setiap individu yang memiliki latar belakang, pengetahuan dan pengalaman yang berbeda mengeluarkan reaksi yang tidak sama ketika mempersepsikan tentang suatu obyek. Robbins dan Judge (2008) membagi tiga faktor utama yang mempengaruhi persepsi yaitu 1) faktor-faktor dalam diri si pengarti; 2) faktor-faktor dalam situasi; 3) faktor-faktor dalam diri target. Tentu saja ketika karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi melakukan persepsi tentang etika bisnis dapat melahirkan berbagai macam pendapat.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bagian terdahulu, maka dapatlah dikatakan karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi mayoritas sudah mengetahui tentang etika bisnis. Yang menjadi persoalan adalah jika hanya sekedar mengetahui secara kognitif tentang etika bisnis, belum berarti sama dengan sikap (afektif) dan perilaku (konatif) diimplementasikan dalam aktivitas bisnis. Upaya untuk lebih mengetahui tingkat pemahaman responden tentang etika bisnis agar diimplementasikan dalam praktek bisnis dikonfirmasi dengan pandangan mereka tentang perlu tidaknya etika bisnis disinkronkan dengan operasi bisnis. Ternyata mayoritas responden menyatakan etika sangat diperlukan dalam bisnis mereka.

Bagi karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi, etika merupakan bagian dari bisnis mereka dan cukup penting dalam menunjang keberhasilan organisasi. Walaupun bisnis itu penuh dengan persaingan yang cenderung untuk mencapai tujuan dan kepentingan pribadi atau golongan, namun demikian dalam penelitian ini terungkap bahwa umumnya responden tidak menginginkan perbedaan aturan bagi dunia bisnis dengan aturan kehidupan sosial lainnya. Hal ini sejalan dengan pemikiran Bertens (2000) yang menyatakan bisnis itu sebagai kegiatan sosial dengan tiga aspek yang melingkupinya yaitu aspek ekonomi, aspek hukum dan aspek moral. Dengan demikian, aktivitas bisnis tidak berbeda dengan aktivitas sosial lainnya karena pada dasarnya melekat dengan kegiatan manusia terutama dalam upaya memenuhi kebutuhan dan memperoleh penghasilan bagi upaya untuk menjalani kehidupan di dunia.

Aturan moral merupakan panduan bagi manusia untuk melakukan aktifitas dalam koridor yang baik dan benar. Begitupun dengan bisnis, aturan moral merupakan hal yang tidak terpisahkan satu dengan yang lainnya karena bisnis itu sendiri merupakan kegiatan manusia. Dalam penelitian ini diperoleh hasil di mana mayoritas (85 %) responden menyatakan orang yang mematuhi aturan moral tidak akan dirugikan dalam aktifitas bisnis tetapi cenderung menguntungkan untuk jangka waktu yang panjang. Hal ini sejalan dengan ungkapan yang dikemukakan oleh Keraf (1998) bahwa tidak benar orang yang mematuhi aturan moral akan berada dalam posisi yang tidak menguntungkan, yaitu akan merugi dan tersingkir dari persaingan bisnis. Kejujuran, mutu barang dan jasa yang baik, aspek

keamanan dan kesehatan dalam suatu produk ikut menentukan baiknya suatu bisnis dan merupakan perwujudan dari norma-norma moral dari pelaku bisnis.

Aspek nilai menjadi penting dalam menunjang keberhasilan suatu organisasi bisnis. Bisnis dengan identitas nilai yang jelas justru memberikan karakter yang menjadi pembeda dengan pelaku bisnis lainnya. Nilai memiliki pengaruh yang cukup penting terhadap etika organisasi (Keeney, 1994) dalam (Grojean *et al.*, 2004). Ketika suatu perusahaan mengaplikasikan nilai-nilai budaya tertentu sering kali justru menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Bisnis Jepang terkait erat dengan nilai masyarakat mereka, demikian juga dengan negara-negara lain. Dalam penelitian ini diperoleh informasi bahwa mayoritas responden (93 %) berpendapat nilai-nilai lokal yang ada pada masyarakat di mana perusahaan beroperasi harus diadopsi dalam praktek bisnis maupun layanan kepada konsumen. Perwujudannya paling tidak di Bandar Udara Sam Ratulangi nilai-nilai budaya lokal diadopsi dalam bentuk artifak berupa simbol-simbol dekorasi yang ada di gedung Bandar Udara dan lagu daerah yang dikumandangkan ketika para penumpang mengambil bagasi. Untuk aktivitas manajemen penerapan nilai-nilai lokal seperti budaya mapalus kurang terekspresikan dalam kehidupan kerja sehari-hari dari karyawan. Praktek manajemen lebih mengacu pada strategi bisnis yang telah ditetapkan oleh pimpinan pusat PT Angkasa Pura I, sehingga untuk mengadopsi nilai-nilai budaya lokal pimpinan PT Angkasa Pura Bandar Udara Sam Ratulangi sulit berimprovisasi karena sudah dikanalisis dengan model manajemen yang terstandarisasi seperti adanya Prosedur Standar Operasi yang sama di semua wilayah operasi PT Angkasa Pura I yang ada di Indonesia.

Kepercayaan merupakan aset yang sangat vital dalam bisnis apapun, apalagi seperti bisnis jasa yang langsung bersentuhan secara personal dengan konsumen. Pengelolaan jasa transportasi udara yang menjadi obyek penelitian ini membutuhkan aset kepercayaan sebagai salah satu sumber penggerak bisnis. Menyadari vitalnya modal kepercayaan ini karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi merespon dengan menyatakan keyakinan mereka bahwa kepercayaan sebagai aset yang paling berharga dalam proses bisnis. Sehingga 98 % responden meyakini kepercayaan sebagai aset terpenting dalam bisnis yang mereka lakukan. Temuan ini sangat menarik karena sejalan dengan pernyataan bahwa “pada akhirnya kelangsungan hidup perusahaan dalam praktiknya tergantung pada integritas dan kepercayaan” (Luthans, 2006). Dengan demikian, jawaban responden tentang “kepercayaan” diyakini merupakan signal yang positif bagi kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

“Janji harus ditepati” merupakan pernyataan yang menjadi bagian penting dalam proses bisnis yang normatif. Karena itu, tidak mengherankan menepati janji disepakati oleh 97 % responden dalam penelitian ini. Jika hal ini mampu secara konsisten dijalankan akan berdampak positif bagi eksistensi organisasi. Yang menjadi persoalan apakah pendapat responden ini sesuai dengan yang diimplementasikan dalam praktek bisnis. Dalam praktek yang sesungguhnya banyak kita temukan perjanjian bisnis yang batal karena ada salah satu pihak yang ingkar janji. Kasus semacam ini merupakan gambaran betapa sulitnya janji itu ditepati meskipun mungkin diantara yang membuat perjanjian sudah saling mengetahui tidak ditepatinya suatu perjanjian.

Bisnis yang baik diyakini responden (73 %) dapat memberikan keuntungan. Tentu saja hal ini tidak hanya sekedar pernyataan yang tanpa dasar, tetapi atas dasar pengalaman kerja yang rata-rata sudah 12 tahun. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini sudah cukup memahami manfaat yang dikontribusikan bagi perusahaan jika praktek bisnis yang mereka lakukan tergolong pada *good business*. Pandangan ini sejalan dengan kesadaran dari pelaku bisnis untuk lebih positif melihat aspek etis dalam bisnis. Sebagaimana Bertens (2000) mengungkapkan “terdengar semboyan baru seperti *Ethics pay* (etika membawa untung), *good business is ethical business*, *Corporate ethics: a prime business asset*.

Memang tidak secara otomatis perusahaan yang menjalankan praktek bisnis yang baik akan langsung mendapatkan keuntungan yang besar. Tetapi yang lebih utama niat baik menjalankan bisnis dengan etis yang diwujudkan dengan tindakan yang jujur dan penuh integritas bagi semua stakeholders menjadi modal penting untuk keberlanjutan dan keberhasilan usaha di kemudian hari.

Dari hasil penelitian diperoleh informasi yang cukup memadai bahwa persepsi karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi tentang etika bisnis cukup positif. Hal ini diindikasikan dengan jawaban atas beberapa pertanyaan yang indikatornya untuk mengukur pengetahuan, pemahaman dan pengertian tentang etika bisnis berada pada kisaran 73 % sampai dengan 98 %. Dengan demikian, dapat dikatakan persepsi tentang etika bisnis dari karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi sangat positif karena mayoritas responden memberikan jawaban yang bernada positif.

Untuk implementasi perilaku etis dari karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi relatif sejalan dengan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang etika bisnis. Hal ini diindikasikan dengan relatif kurangnya komplain dari pengguna jasa transportasi udara seperti penumpang pesawat, perusahaan penerbangan, dan pengguna jasa lain yang ada di Bandar Udara. Yang patut dipertanyakan kepada pengelola Bandar udara Sam Ratulangi adalah sarana dan prasarana penunjang bagi kenyamanan pelanggan seperti misalnya kesediaan toilet yang bersih, disiplin dan ketertipian dari pelayanan taxi. Sering penumpang pesawat tidak merasa nyaman dengan kebersihan toilet dan layanan dari operator taxi yang tidak sopan dalam menawarkan jasa taxi karena sudah berbaur dengan penumpang yang mengambil bagasi. Kemudian, koordinasi dengan operator penerbangan yang kurang baik sehingga pada awal bulan oktober 2013 terjadi kasus komplain penumpang terhadap salah satu maskapai penerbangan karena merasa tidak nyaman berada di dalam pesawat selama berjam-jam tanpa ada informasi yang jelas jam keberangkatan pesawat.

Menyangkut dampak dari nilai-nilai budaya lokal terhadap perilaku etis karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi, relatif kurang terlihat karena manajemen perusahaan sudah memiliki standar nilai sendiri dengan mengikuti strategi dan kebijakan sumber daya manusia yang ditetapkan pada kantor pusat. Seperti misalnya kriteria dan standar rekrutmen karyawan, pelatihan dan pengembangan karyawan, sistem kompensasi, sistem operasi bisnis telah menggunakan prosedur standar operasi yang ditetapkan oleh pimpinan pusat PT Angkasa Pura I. Dengan demikian relatif sukar untuk mencangkokkan nilai-nilai lokal dalam proses manajemen termasuk didalamnya praktek etika bisnis yang memiliki muatan nilai-nilai lokal didalamnya. Yang bisa dilakukan oleh pengelola Bandar udara di daerah adalah mendekorasi ruangan bandara dengan artifak yang bernuansa budaya lokal seperti lukisan dan gambar yang merepresentasikan seni dan budaya Provinsi Sulawesi Utara.

Hasil penelitian ini senada dengan temuan Duarte (2008) bahwa apa yang disampaikan responden pada umumnya merupakan representasi dari persepsi tentang etika bisnis dari semua karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi. Hal ini mencerminkan pemahaman yang cukup baik dan realistis menyangkut etika dalam organisasi bisnis. Namun demikian, respon atas pemahaman etika bisnis ini masih bersifat individual. Pendapat dari Trevino, Weaver dan Reynolds (2006) perbedaan-perbedaan yang dimiliki individu berdampak pada Perilaku Etis.

Duarte (2008) mendeskripsikan hasil penelitiannya atas individu yang cenderung negatif menyangkut etika: 1) Memahami etika tidak akan merubah banyak. Saya rasa etika merupakan masalah individu; 2) Saya rasa etika penting, dengan beberapa pengembangan. Saya tidak berfikir bahwa etika seharusnya ditekankan karena etika adalah sebuah pilihan individu; 3) Tidak benar, keyakinan saya pada agama kristen adalah pengaruh yang paling inti. Dalam kenyataan ada kemungkinan terjadi kontradiktif antara "keinginan melakukan"

dengan “apa yang dilakukan”. Contohnya adalah CEO Enron Keneth Lay yang pernah membuat pernyataan “dulu maupun sekarang, saya adalah orang yang amat percaya bahwa salah satu hal yang memuaskan dalam hidup adalah menciptakan lingkungan yang bermoral dan etis, tempat yang membuat orang berpeluang dan terdorong untuk menyadari potensi moral dan etis yang dianugerahkan Tuhan” (Csikszentmihalyi, 2007). Kenyataannya Keneth Lay yang menjadi sumber kebangkrutan perusahaan Enron yang merupakan perusahaan dengan aset terbesar ke 6 di dunia saat itu.

Untuk mengimplementasikan etika dalam aktifitas bisnis tidaklah semudah mengetahui dan memahami maknanya. Mengetahui dan memahami pada dasarnya hanya pada tataran yang bersifat kognitif. Agar sampai pada tindakan nyata diperlukan proses lagi yaitu sikap positif atas etika sehingga dapat diwujudkan dalam tindakan nyata berupa perilaku etis dari semua aktifitas bisnis yang dilakukan. Dengan demikian, hasil penelitian ini perlu dikonfirmasi lagi melalui penelitian lanjutan atau dilakukan penelitian kaji tindak untuk melegitimasi pemahaman karyawan yang masih termasuk kategori kognitif menuju pada tindakan nyata yang bersifat konatif.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah: (1) Persepsi karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi tentang etika bisnis cukup baik karena mayoritas karyawan memberikan respon positif atas indikator etika bisnis yang diuji pada penelitian ini; (2) Implementasi perilaku etis dari karyawan relatif sejalan dengan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang etika bisnis. Hal ini tercermin dengan relatif kurangnya komplain dari pengguna jasa transportasi udara yang ada di Bandar Udara Sam Ratulangi; (3) Dampak dari nilai-nilai budaya lokal terhadap perilaku etis karyawan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi relatif kurang terlihat karena manajemen sudah memiliki nilai-nilai perusahaan yang menjadi pola anutan seluruh anggota organisasi yang sesuai dengan strategi dan kebijakan yang ditetapkan kantor pusat.

## SARAN

Yang perlu disarankan dalam penelitian ini adalah: (1) Hendaknya pengetahuan dan pemahaman tentang etika bisnis karyawan perlu ditingkatkan melalui keikutsertaan dalam pendidikan dan pelatihan yang dilakukan secara internal maupun eksternal; (2) Supaya implementasi etika bisnis dapat diterapkan secara nyata dalam kehidupan kerja karyawan, perlu disusun buku panduan etika yang dapat dijadikan penuntun perilaku etis untuk seluruh aktifitas bisnis jasa transportasi udara pada Bandar Udara Sam Ratulangi; (3) Nilai-nilai budaya lokal Sulawesi Utara hendaknya dipertimbangkan untuk diadopsi PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi sebagai perwujudan dari implementasi konsep *Think Globally, Act Locally* yang menjadi *Credo* bisnis modern terkini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Belak, J. Duh, M. Mulej, M. and Trukelj, T. 2010. Requisite Holistic Ethics Planning as Pre-Condition for Enterprise Ethical Behavior. *Kybernetes*. Vol.39, No.1, 19-36.
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Chandra, R. 1995. *Etika Dunia Bisnis*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Csikszentmihalyi, M. 2007. *Good Business: Bisnis Sebagai Jalan Kebahagiaan*. Penerbit Mizan, Bandung.

- Daft, R. L. 2007. *Manajemen*. Salemba Empat, Jakarta.
- Devine, G. 1997. *101 Tanya Jawab Tentang Etika Bisnis*. Obor, Jakarta.
- Duarte, F. 2008. "What We Learn Today is How We Behave Tomorrow": A Study on Students' Perceptions of Ethics in Management Education. *Social Responsibility Journal*. Vol. 4, No. 1/2, pp. 120-128,
- Gayton, C. M. 2008. Business Ethics, Restrictions on Employment and Knowledge Management. *The Journal of Information and Knowledge management System*, Vol. 38, No.2, pp. 174-183.
- Goodfellow, R. 2002. *Etika Bisnis Indonesia*. Terj. Wardoyo dan Okkie F. Mutaqqie, Penerbit Tajidu Press, Yogyakarta.
- Griffin, R. W. and Ebert, R. J. 2006. *Business*. Eighth Edition, Prentice Hall, Singapore.
- Grojean, M. W. Resick, C. J. Dickson, M. W. Smith, D. B. 2004. Leaders, Values, and Organizational Climate: Examining Leadership Strategies for Establishing an Organizational Climate Regarding Ethics. *Journal of Business Ethics*. 55: 223-241.
- Hemphill, T. A. 2003. Corporate Responsibility and the War on Terrorism. *Business Horizons*, May-June, pp. 13-16.
- Keraf, S, A 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Kanisius, Yogyakarta.
- Lewis, P. V. 1985. Defining Business Ethics: Like Nailing Jello To A Wall. *Journal of Business Ethics*, Vol. 4, No. 5, pp. 377-383.
- Luthans, F. 2006. *Organizational Behavior*. Tenth Edition, McGraw-Hill Companies, Inc. Vivin Andika Yuwono, Hekar Purwanti, Th Arie P dan Winong Rosari (Penerjemah) *Perilaku Organisasi*. Edisi Sepuluh, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- McAdams, T. 1986. *Law, Business, and Society*. Business Publications Inc. Plano, Texas.
- McCain, S. L. C. Tsai, H. and Bellino, N. 2010. Organizational Justice, Employees' Ethical Behavior, and Job Satisfaction in the Casino Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 22, No. 7, pp. 992-1009.
- Morris, L. dan Wood, G. 2011. A Model of Organizational Ethics Education. *European Business Review*, Vol. 23, No. 3, pp. 274-286.
- Organ, D. W. 2003. Business ethics 101? *Business Horizons*, January-February, pp. 1-2.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. 1995. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, pp.41-50.
- Paulet, E. 2011. Banking Ethics. *Corporate Governance*, Vol.11, No.3, pp.293-300.
- Pin, I. 2006. *Etika dan Bisnis*. Kompas Edisi 30 Juni 2006 hal 6, Jakarta.
- Pio, R. J., Sumampouw, H. J. dan Triyono. 2008. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi Manado. *Eksekutif Journal of Business and Management*, Vol.5, No. 1, pp. 38-55.
- Poe, J. B. 1996. *American Business Enterprises*. Irwin Home World, Illinois.
- Pratley, P. 1997. *The Essence of Business Ethics (Etika Bisnis)*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Robbins, S. P. dan Judge, T. A. 2008 a. *Perilaku Organisasi*. Buku 1 Edisi 12, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Rudito, B. dan Famiola, M. 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Penerbit Rekayasa Sains, Bandung.
- Sekaran, U. 2006. *Research Methods for Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Skrabec, Q. R. 2003. Playing By The Rules: Why Ethics Are Profitable. *Business Horizons*, September-October, pp. 15-18.

- Stohl, C. Stohl, M dan Popova, L. 2009. A New Generation of Corporate Codes of Ethics. *Journal of Business Ethics*, No. 90, pp. 607–622.
- Supranto, J. 2003. *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Penerbit Rineke Cipta, Jakarta.
- Suseno, F. M. 1987. *Etika dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Trevino, L. K. Weaver, G. R. and Reynolds, S. J. 2006. Behavioral Ethics in Organizations: A Review. *Journal of Management*, Vol.32, No.6, pp. 951-990.
- Velasques, M. G. 2005. *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wimbush, J. C and Shepard, J. M. 1994. Toward an Understanding of Ethical Climate: Its Relationship to Ethical Behavior and Supervisory Influence. *Journal of Business Ethics*, Vol.13, pp.637-647.