

BERKENALAN DENGAN DASAR ETIS ETIKA BISNIS MENURUT ETIKA EMMANUEL LEVINAS

Urbanus Ura Weruin¹

¹Jurusan Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: urbs.weruin@gmail.com

ABSTRACT

The development of information technology and economic globalization are changing perceptions, practices and core values in business. It is increasingly realized that the priority of business is not just seeking personal or corporate profit by any means necessary but rather must adhere to ethical business principles. A number of parties are calling for the spectrum of business ethics to be broadened and its application to be radical because future economic practices do not just require conventional business ethics but rather radical, relevant, reflective and brilliant models of business ethics. A model of business ethics that has a new perspective; a model of business ethics that appreciates multiple points of view; a business ethics model that injects critical awareness so that business people have autonomous ethical awareness. Levinas's ethical thinking was chosen as a frame of reference in introducing business ethics in this PKM because radical. For Levinas, business ethics is not a choice but an ethical obligation that is absolute and asymmetrical. Ethics originates from moral demands for every human being. But the moral basis is not in each individual or corporation but in others, in the environment, in society at large. That morally every person and every company has an ethical responsibility to be responsible for the needs and interests of other people. This kind of ethical demand is called radical because it places ethical weight not on individuals or corporations but on Others who are outside individuals and corporations. This PKM was carried out together with PT. Crown Pratama as partner. The aim of this PKM is to broaden the understanding of PKM partner staff and employees about the importance of business ethics and its application in business practices. Business ethical values such as honesty, fairness, responsibility and the interests of society as a whole cannot be defeated for personal or corporate gain. The results of this PKM show that 75.6% said they were able to understand and be useful for individuals and corporations.

Keywords: business ethics, ethical obligation, the Others

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi ekonomi mengubah persepsi, praktik, dan nilai-nilai utama dalam bisnis. Semakin disadari bahwa keutamaan bisnis bukan sekadar mencari keuntungan pribadi atau perusahaan dengan menghalalkan segala cara melainkan justru mesti berpegang teguh pada prinsip-prinsip bisnis yang etis. Sejumlah pihak menyerukan agar spektrum etika bisnis diperluas dan penerapannya pun perlu radikal karena praktik ekonomi masa depan tidak sekadar membutuhkan etika bisnis konvensional melainkan model etika bisnis yang radikal, relevan, reflektif, dan brilian. Sebuah model etika bisnis yang memiliki cara pandang baru; sebuah model etika bisnis yang mengapresiasi banyak sudut pandang; sebuah model etika bisnis yang menginjeksi kesadaran kritis agar para pelaku bisnis memiliki kesadaran etis yang otonom. Pemikiran etika Levinas dipilih sebagai kerangka acuan dalam memperkenalkan etika bisnis dalam PKM ini secara radikal. Etika bersumber pada tuntutan moral bagi setiap manusia. Tuntutan etis semacam ini disebut radikal karena meletakkan bobot etis tidak pada individu atau korporasi melainkan pada Yang Lain yang berada di luar individu dan korporasi. PKM ini dilakukan bersama PT. Crown Pratama sebagai mitra. Tujuan PKM ini adalah memperluas pemahaman para staf dan karyawan mitra PKM tentang pentingnya etika bisnis dan penerapannya dalam praktik berbisnis. Nilai-nilai etika bisnis seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepentingan masyarakat secara keseluruhan tidak bisa dikalahkan demi keuntungan personal atau perusahaan. Hasil PKM ini menunjukkan bahwa 75,6% menyatakan mampu memahami dan berguna bagi individu dan korporasi.

Kata kunci: etika bisnis, kewajiban etis, Yang Lain

1. PENDAHULUAN

Bisnis di Indonesia hari-hari ini menghadapi persoalan etis yang membutuhkan perhatian yang serius. Santoso (2021) menyatakan bahwa dalam era digital sekarang ini, pelanggaran etika bisnis yang sering terjadi adalah mencuri ide bisnis, penipuan, melakukan tag secara acak, menggunakan foto produk orang lain, dan tidak aktif dan tidak kreatif dalam bisnis. Dewan UKM Sumut misalnya, dalam era digital ini, justru pelanggaran bisnis makin meningkat. Pelanggaran tersebut tampak pada spamming (pesan sampah yang dikirim kepada konsumen), pencurian ide produk, lamban dalam melayani konsumen, kurang jujur dalam penjualan, harga



yang tidak jujur (terdapat perbedaan harga yang tertera pada barang dengan harga yang tercatat pada komputer kasir), serta pelanggaran norma-norma lain seperti tidak jujur, produk yang tidak ramah lingkungan, bahkan juga produk yang membahayakan kesehatan konsumen. Aktivitas ekonomi di era digital ini tidak hanya meningkat melainkan juga rentan terhadap pelanggaran etika (Ardhi, 2023). Guru Besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM Prof. Dr. Supriyadi menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Kaspersky Lab yang melibatkan 26 negara di dunia menunjukkan peningkatan pelanggaran etika bisnis. Sebanyak 26% dari konsumen digital di Indonesia menjadi korban kecurangan keuangan (baca: bisnis). Itulah sebabnya berbagai pihak memandang perlu dan relevan mencari terobosan-terobosan tidak hanya mensosialisasikan prinsip-prinsip etis melainkan juga mencari dasar moral etika bisnis.

Karisa Schroeder dalam *3 Reasons Why Business Ethics Is Important* (2021) menyatakan bahwa, seperti halnya dengan keuangan dan *marketing*, etika bisnis merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan bisnis. Menurut Schroeder (2021), etika bisnis merujuk pada standar perilaku mana yang baik dan mana yang buruk secara moral dalam bisnis. Hukum, misalnya, merupakan salah satu perangkat yang menentukan dan membatasi perilaku bisnis agar sesuai aturan-aturan yang disepakati dan diacu bersama. Tetapi sebuah perilaku bisnis tidak kekadang menaati hukum ('legal') melainkan juga harus etis. Etika melampaui hukum. Bahkan hukum yang baik mestinya menerjemahkan prinsip-prinsip etis dalam aturan-aturan bisnis agar disepakati dan dipraktekkan bersama. Prinsip integritas misalnya, merupakan prinsip-prinsip moral yang mesti diacu bersama oleh semua *stakeholder*, seperti pemegang saham/pemilik, pengelola/staf/manajemen, karyawan, bahkan juga oleh pelanggan dan masyarakat luas. Karena semua unsur ini, baik langsung maupun tidak langsung, berhubungan dengan bisnis.

Menurut survey *Global Business Ethics 2018* (Schroeder, 2021) para staf dan karyawan perusahaan akan menerapkan penalaran, kesadaran, dan mempraktekkan etika bisnis apabila perusahaan mereka secara jelas menunjukkan bahwa etika bisnis memang penting. 99% persen pekerja di AS yang memiliki pengalaman dengan budaya etika bisnis yang kuat, siap dan mampu mengatasi persoalan etis dalam bisnis. Perusahaan-perusahaan yang menegakkan etika bisnis akan memotivasi para karyawan mereka untuk berperan secara etis yakni mengedepankan nilai-nilai seperti integritas, jujur, respek, bertanggungjawab, mengedepankan kepentingan *stakeholder* dan masyarakat luas. Singkatnya Pendidikan etika bisnis merupakan sesuatu yang penting dan relevan.

Suveera (2021) menyatakan bahwa pendidikan etika bisnis tidak hanya mencakup nilai-nilai dan kewajiban moral profesi melainkan juga nilai-nilai dan ekspektasi masyarakat luas. Setiap keputusan hendaknya dibuat dengan mempertimbangkan dan dipertahankan berdasarkan filsafat moral yang mendasarinya (Suveera, 2021). Filsafat moral memberikan pedoman (*guideline*) untuk menyelesaikan konflik dan mengoptimalkan keuntungan bagi semua pihak. Serdya Temm (2021) menunjukkan pentingnya etika bisnis bagi bisnis. Perilaku etis kaum bisnis tidak hanya membutuhkan regulasi bisnis oleh hukum dan pemerintah melainkan juga tradisi dan budaya perusahaan yang dibangun dari kesadaran etis para pimpinan dan karyawan perusahaan itulah yang menjadi tonggak penerapan etika bisnis. Bahkan menurut Tem (2021) perilaku bermoral dari para pebisnis tidak hanya berlaku dalam bisnis dengan memperhitungkan kepentingan pemilik, tenaga kerja, pemasok, pelanggan dan sebagainya melainkan juga dalam kehidupan sehari-hari di luar bisnis (kepentingan masyarakat secara umum). Pentingnya etika bisnis ditekankan juga oleh Kamal Jacob dalam *What is Business Ethics and Why is it Important* (2023), Amitai Etzioni dalam artikelnya *Reflection on Teaching on Business Ethics* (1991), dan Laura J. Spence dalam *Radical, Relevant, Reflective and Brilliant: Towards the Future of*

Business Ethics (2022). Spence (2022) menyerukan perlunya memperluas spektrum etika bisnis. Pendekatan-pendekatan lama pun perlu dievaluasi kembali. Bagi Spence (2022), praktik ekonomi masa depan tidak sekadar membutuhkan etika bisnis konvensional melainkan model etika bisnis yang radikal, relevan, reflektif, dan brilian. Sebuah model etika bisnis yang memiliki cara pandang baru; sebuah model etika bisnis yang mengapresiasi banyak sudut pandang; sebuah model etika bisnis yang menginjeksi kesadaran kritis agar para pelaku bisnis memiliki kesadaran etis yang otonom. Dan model etika dengan ciri tersebut ada pada pemikiran etika Levinas. Itulah sebabnya, dalam PKM bersama mitra PKM PT Crown Pratama, pemikiran etika Levinas diperkenalkan sebagai materi PKM. Mitra PKM ini adalah PT. Crown Pratama. Perusahaan yang bergerak dalam packaging ini mengemas produk-produk seperti gula putih *sachet*; *stick brown sugar sachet*; *stick salt sachet*; *pepper sachet*; *creamer sachet*, *stick sweetener sachet*; *stick coffee sachet*; *stick tea sachet*, *chopstick envelope*; *toothpick envelope*; dan *straw envelope stirrer*. Produk-produk kemasan ini di-supply ke hotel-hotel berbintang, cafe, restaurant, dan maskapai (airlines). Kualitas pengemasan yang dilakukan PT. Crown Pratama terus dijaga agar tidak merusak rasa, warna, dan kualitas pangan yang didistribusikan. Lebih dari itu, makanan yang dikemas dan didistribusikan tetap segar, sehat, dan memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen. Itulah sebabnya perusahaan memandang perlu untuk mengingatkan seluruh staf dan karyawannya agar memperhatikan prinsip-prinsip dan perilaku-perilaku yang etis dalam bisnis.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Pelaksanaan PKM ini melalui beberapa tahapan yakni: persiapan dan koordinasi dengan mitra PKM untuk menemukan permasalahan mitra dan tahap pelaksanaan PKM yang dimulai dengan sambutan wakil perusahaan dan sekaligus membuka acara PKM dan kemudian disusul dengan pemaparan materi PKM; diskusi dan tanya jawab. Acara ditutup dengan sambutan dari pimpinan PT. Crown dan pelaku PKM. Tahap selanjutnya adalah pembuatan laporan kegiatan PKM dan evaluasi.

Metode yang digunakan dalam pemaparan materi PKM adalah ceramah, dialog-interaktif dan tanya jawab. Di samping itu, contoh-contoh perilaku bisnis yang tidak etis pun ditampilkan untuk menjadi media pembelajaran serta menstimulasi kesadaran etis sebagaimana ditekankan oleh etika Emmanuel Levinas. Materi yang disampaikan dalam PKM dapat dibuat bagan sebagai berikut:



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dengan tema Berkenalan dengan Etika Emmanuel Levinas dan Implikasinya Bagi Dasar Etis Etika Bisnis yang dilakukan tanggal 2 November 2023 tersebut memfokuskan diri pada Teori Etika Levinas dan Implikasinya bagi pemahaman terhadap dasar etis etika bisnis.



Tidak hanya sulit mencari waktu yang tepat, melainkan juga kesibukan distribusi staf dan karyawan PT Crown Pratama membuat PKM ini harus dilakukan dengan materi dan alokasi waktu yang seefektif mungkin. Dalam pertemuan tersebut, pelaksana PKM menyampaikan materi yang dipaparkan kepada staf dan karyawan.

Materi yang diberikan dalam PKM kali ini terdiri dari 3 bagian pokok. Pertama, semacam pengantar singkat tentang pengertian etika bisnis; kedua, nilai-nilai pokok bisnis yang etis, dan ketiga, dasar etis etika bisnis dari perspektif etika Emmanuel Levinas.

Gambar 1.

Dokumentasi kegiatan pkm

Sumber: dokumentasi pribadi



Foto-foto ketika kegiatan PKM berlangsung, 2 November 2023. Sumber: dokumen pribadi

Dalam pengantar tentang etika bisnis; diuraikan tentang apa yang dimaksud dengan etika dan etika bisnis; serta relevansi etika bisnis. Secara singkat, etika adalah pertimbangan kritis dan rasional tentang moralitas. Sementara etika bisnis adalah pertimbangan kritis dan rasional tentang nilai-nilai moral dalam bisnis. Atau Velasquez menyebutnya sebagai studi tentang moralitas kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Etika bisnis merupakan topik yang selalu menarik dan relevan untuk diperbincangkan terutama bukan karena maraknya praktik bisnis yang tidak etis dalam lingkungan bisnis, melainkan hakikat etis bisnis itu sendiri. Amitai Etzioni (dalam *Reflection on Teaching on Business Ethics*), menyatakan bahwa “dimensi moral ada dalam setiap keputusan bisnis, apa pun bidang bisnisnya: energi, pariwisata, keuangan, transportasi, jasa, pariwisata, retail, dan sebagainya. Tidak ada bisnis yang lepas dari pertimbangan moral. Keputusan menerima tenaga kerja, menentukan upah, kualitas produksi, distribusi barang, marketing, bahkan sampai dengan penentuan harga, akuisisi perusahaan, daerah investasi, semuanya terkait dengan persoalan etis dan oleh karena itu perlu menyertakan pertimbangan moral (Etzioni, 1991).

Di samping itu akar dari moralitas bisnis bersumber dari hakikat manusia itu sendiri sebagai makhluk bermoral. Sebagai kegiatan manusiawi, bisnis mesti etis. Semua kegiatan bisnis berlangsung dalam konteks moral tertentu. Maka diperlukan etika. Apalagi dewasa ini semakin disadari bahwa bisnis yang berorientasi hanya pada keuntungan pribadi atau kelompok sendiri tidak hanya tidak lagi populer melainkan juga sudah ditinggalkan. Bisnis mesti mengindahkan prinsip-prinsip etis seperti kejujuran, integritas, keadilan, bertanggungjawab, dan kebaikan bersama (*stakeholders*). Salah satu filsuf etis, yang etikanya dianggap sangat radikal untuk dijadikan dasar etis etika bisnis adalah Emmanuel Levinas. Melalui buku *Totality and Infinity* (1961) dan *Otherwise than Being* (1974) Levinas memikirkan kembali etika secara baru. Pemikirannya membuka perspektif baru tentang etika. Dasar etika, menurut Levinas, ada pada relasi sosial antar para pelaku moral. Bagi Levinas, titik tolak perilaku etis ditemukan dalam

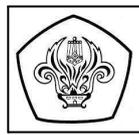
perjumpaan *face to face* dengan orang lain tertentu (*“For Levinas, the point of departure of ethical behavior is found in the face-to-face encounter with the singularity of another person”*). (Blok, 2017). Dalam perjumpaan *face-to-face* dengan orang lain, saya mengalami Yang Lain (*The Other*) sebagai Tuan yang menyapa, menuntut, dan mewajibkan saya secara etis (dan konkret, tertentu, materiil) untuk mengapresiasi, mengakui, menerima, dan bertindak secara etis dalam keberlakuannya yang mutlak. Yang Lain merupakan kewajiban dan tujuan utama kehidupan saya yang bersifat etis dan asimetris (melulu tertuju pada orang lain tanpa mengharapkan balasan). Etika barat tradisional dianggap berpusat pada aku (*egology*). Sementara etika Levinas berpusat pada Orang Lain (*The Other*). Berbeda dengan ekologi dari subjek moral dalam etika tradisional, Levinas mengembangkan model etika yang pertama-tama responsif terhadap Yang Lain. Ia menggunakan Yang Lain (*the Other*) dengan O besar untuk mengindikasikan keberlainan yang lain yang tak bisa dijumpai. Berbeda dengan fokus terhadap prinsip, aturan, dan norma-norma moral etika tradisional, Levinas mengembangkan suatu etika yang tekanan utamanya diletakkan pada responsif pada singularitas dan kesituasian orang lain, kini, dan disini. Sensitivitas terhadap singularitas ini pada dasarnya tidak dapat diakses melalui penilaian rasional, melainkan melalui sensibilitas tubuh dan sensasi kedekatan kita dengan orang lain.

Menurut Blok (2017), ada empat karakteristik utama etika Levinasian, yakni:

1. Etika bukanlah suatu ego-logi tetapi responsif terhadap tuntutan orang lain.
2. Orientasi etis tidak ditemukan dalam aturan-aturan universal tetapi terbentuk dalam konfrontasi dengan singularitas dari aturan-aturan real terhadap Yang Lain.
3. Orang lain tidak dapat diakses melalui penilaian rasional tetapi melalui kepekaan tubuh kita saat dekat dengan orang lain dengan melakukan perilaku etis sebagai respon terhadap panggilan atau kebutuhan orang lain.
4. Pertemuan tatap muka dengan pihak lain memungkinkan kita mengambil tanggung jawab tanpa syarat terhadap pihak lain.

Salah satu kritik yang dialamatkan kepada etika Levinas adalah bahwa etika Levinas hanya relevan bagi etika personal (singularitas dan keunikan antar pribadi) tetapi sulit untuk diterapkan dalam bisnis atau korporasi. Karena bisnis umumnya mementingkan kepentingan pribadi atau korporasi (bukan kepentingan pihak lain), bekerja berdasarkan prinsip-prinsip universal seperti kontrak, kode etik, atau kesepakatan bersama (universal). Sementara etika Levinas menolak universalitas peraturan, rasionalitas ekonomi, dan tata kelola perusahaan yang mengabaikan singularitas pihak lain. Korporasi bukanlah ‘subjektivitas tubuh’ sebagaimana ditekankan oleh Levinas. Hanya manusia yang dapat bertindak secara etis dan karena korporasi bukanlah manusia, maka tidak mungkin berbicara tentang etika perusahaan, dan kita hanya dapat berbicara tentang etika manajerial” (Beven and Corvellec, 2007). Meskipun begitu, menurut Beven dan Corvellec (2007), manajer secara individu di perusahaan dapat mengambil tanggung jawab atas orang lain yakni karyawan, konsumen, dan stakeholders lain. Implikasi etis bagi bisnis sebagai penerapan etika Levinas atau etika bisnis Levinasian mesti diletakkan pada:

1. Respon individu sebagai subjek moral dalam perusahaan. Tata kelola dan regulasi etis dalam perusahaan pada akhirnya harus dilihat sebagai respon individu pemimpin, manager, dan karyawan dalam meregulasi tanggung jawab kepada orang lain. Regulasi dan peraturan tersebut pada dasarnya mengandalkan dorongan moral pada tingkat individu yang diserap dalam korporasi. Mansell (2008) menyatakan bahwa aturan, regulasi, atau kode etik dalam perusahaan dapat dilihat sebagai kodifikasi pengalaman moral yang selalu berada di luar aturan dan tidak dapat ditemukan dalam aturan tersebut. Peraturan perusahaan dan



- simpati masing-masing manajer terhadap ketunggalan pihak lain merupakan bagian yang sama dalam etika perusahaan. Fleksibilitas aturan, kode etik, dan regulasi moral perusahaan perlu memperhitungkan singularitas Yang Lain (orang dan korporasi). Maka perlu terus-menerus direfleksikan guna mencari penerapan aturan-aturan tersebut secara tepat dalam situasi tertentu (Mansell, 2008). Peraturan dan kode etik bukanlah sebuah symbol moralitas melainkan praktik dan perilaku moral konkret tertentu.
2. Subjek moral, baik korporasi maupun individu. Dalam perspektif Levinasian, tidak ada perbedaan tegas antara sistem tata kelola birokrasi tingkat perusahaan dan tingkat manajer atau karyawan individu (Ten Bos and Willmott, 2001; van de Ven, 2005).
 3. Sebagaimana dikemukakan Blok (2017), upaya kita untuk bertindak dan berperilaku responsif terhadap permintaan orang lain akan tetap tidak sempurna, karena adanya referensialitas diri (*self-interest*). Di sisi lain, sikap mengacu pada diri sendiri merupakan syarat penting bagi sikap tanggap kita terhadap orang lain. Kepentingan pribadi para pelaku tidak dapat dihindari dan merupakan syarat penting bagi tanggung jawab terhadap orang lain.
 4. Pengalaman dan perilaku moral melampaui aturan, regulasi, atau kode etik. Maka perlu terus menerus direfleksikan. Mollie Painter-Morland (2010), sebagaimana dikutip Blok (2017) misalnya menyatakan bahwa gagasan tentang kode etik perusahaan perlu direfleksikan secara terus menerus dengan mencermati relasi antara kode etik perusahaan dengan penerapannya. Lengkap dengan keterbatasannya, dalam konteks bisnis. Yang perlu disesuaikan adalah dorongan moral dalam diri individu, kode etik perusahaan, dan regulasi praktis dalam perusahaan. Dalam perspektif Levinas, self-regulasi mesti didasarkan pada 'panggilan' dari Yang Lain.

Harus diakui bahwa materi yang diberikan dalam PKM kali ini cukup filosofis. Hal itu diakui juga oleh para staf dan karyawan yang mengikuti kegiatan ini. Lebih dari 90% (90,2%) peserta mengakui bahwa mereka belum pernah mendengar materi semacam ini dan oleh karena itu sulit untuk memahaminya. Tetapi, meskipun sulit, mereka menyatakan berguna 75,6%. Yang menarik dari PKM ini adalah dialog interaktif yang dilakukan selama PKM ini berlangsung. Di samping itu, dengan meletakkan dasar etis etika bisnis pada kewajiban etis individu dan korporasi, yang dituju adalah kesadaran moral setiap insan bisnis baik sebagai individu maupun sebagai pimpinan perusahaan untuk menginternalisasi dan mencapai kesadaran moral yang otonom sehingga mampu mempraktikkannya dalam menjalani bisnis.

4. KESIMPULAN

PKM ini berhasil memperkenalkan etika Levinas sebagai dasar etis etika bisnis. Bagi Levinas dasar etika bisnis adalah *The Other*, atau Yang Lain. Sejalan dengan pemikiran Levinas, etika bisnis bukan sebuah pilihan melainkan sebuah kewajiban etis yang bersifat mutlak dan asimetris. Dasar etis etika bisnis, menurut Levinas bukan pada diri masing-masing individu atau korporasi melainkan pada Yang Lain, pada lingkungan, pada masyarakat luas. Bahwa secara moral setiap orang dan setiap perusahaan memiliki tanggung jawab etis untuk bertanggungjawab atas kebutuhan dan kepentingan orang lain. Tuntutan etis semacam ini disebut radikal karena meletakkan bobot etis tidak pada individu atau korporasi melainkan pada Yang Lain yang berada di luar individu dan korporasi. PKM yang dilakukan bersama staf dan karyawan PT. Crown Pratama sebagai mitra ini tidak hanya menegaskan kembali nilai-nilai etika bisnis seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepentingan masyarakat secara keseluruhan, melainkan juga tanggung jawab etis individu dan korporasi. PKM ini tidak hanya menyulut antusiasme peserta dalam diskusi interaktif melainkan juga tekad untuk menerapkannya dalam praktik. Kontribusi utama PKM ini adalah menegaskan radikalitas prinsip etis dalam bisnis dengan

menggunakan pendekatan etika Emmanuel Levinas. Pendekatan ini penting di tengah ekonomi digital yang sering menipu. Memanipulasi, dan mengecoh orang lain demi keuntungan pribadi atau kelompok.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgment*)

Terima kasih kami haturkan kepada Direktur Lembaga Penelitian dan Pengabdikan Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumangara atas kesempatan dan dukungan operasional yang diberikan kepada kami sehingga kami dapat melakukan kegiatan PKM ini. Terima kasih juga saya haturkan kepada pimpinan PT Crown Pratama atas kerja sama yang baik ini semoga dapat ditingkatkan di masa datang. Setiap makalah diakhiri dengan kesimpulan, yang merangkum hasil dari makalah yang ditulis, serta saran sebagai rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian.

REFERENSI

- Ardhi, S. (2023). Guru Besar UGM Sampaikan Tantangan Kompetensi Etka Bisnis di Era Digital. Diakses dari <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3031-pentingnya-melawan-pelanggaran-etika-bisnis-di-era-digital>
- Bevan D., Corvellec H. (2007). The impossibility of corporate ethics: for a Levinasian approach of managerial ethics. *Bus Ethics: A Eur Rev* 16(3):208–219
- Blok, V. (2017). *Levinasian Ethics in Business*, August 2017, DOI: 10.1007/978-3-319-23514-1_97-1
- Etzioni, A. (1991). Reflection On Teaching of Business Ethics. *Business Ethics Quarterly*. Vol. 1, No. 4, *Pedagogical Issues in Business Ethics (Oct., 1991)*, pp. 355-365. Diakses dari <https://www.jstor.org/stable/3857602>
- Jacob, K. (2023). What is Business Ethics and Why is it Important. 10th Feb, 2023. Diakses dari <https://www.upgrad.com/blog/what-is-business-ethics-and-why-is-it-so-important/>
- Levinas, E. (1969). *Totality and infinity*, Duquesne, Pittsburgh
- Levinas, E. (1974). *Otherwise than being. Or beyond essence*. Duquesne, Pittsburgh
- Magnis-Suseno, F. (1987). *Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius.
- Magnis-Suseno, F. (2016). *12 Tokoh Etika Abad 20*. Yogyakarta: Kanisius.
- Mansell, S. (2008). Proximity and rationalisation: the limits of a Levinasian ethics in the context of corporate governance and regulation. *J Bus Ethics*, 83:565–577
- Painter-Morland, M. (2010). Questioning corporate codes of ethics. *Bus Ethics: A Eur Rev*
- Pramana, A. (2022). Peluang dan Trend Industri Pengemasan di Indonesia. 26 April 2022. Diakses dari <https://www.itb.ac.id/berita/detail/58603/peluang-dan-tren-industri-pengemasan-di-indonesia>
- Santoso, (2021). Bahaya Pelanggaran Etika Bisnis di Era Digital. 17 Nopember 2021. Diakses dari <https://bisnis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Bahaya-Pelanggaran-Etika-Bisnis-Di-Era-Digital/010c1687e449ea3a835019d1dc6862c42f7eacfa>
- Schroeder, K. (2019). 3 Reasons Why Business Ethics Is Important, october 5 2021. Diakses dari <https://www.redlands.edu/study/schools-and-centers/business/sbblog/2019/may-2019/3-reasons-why-business-ethics-important/>
- Spence, L.J. (2022). Radical, Relevant, Reflective and Brilliant: Towards the Future of Business Ethics, *Journal of Business Ethics*, 180, 829–834. : dipublished 6 October 2022. Diakses dari <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05238-3>
- Suveera, (2006). Relevance of Ethics in Business Education. Diakses dari dari <https://www.oecd.org/site/imhe2006bis/37464206.pdf>
- Temme, S. (2021). Importance of business ethics. *Global Journal of Business Management* Vol.



15 (2),
dari

September,

2021.

Diakses

<https://www.internationalscholarsjournals.com/articles/importance-of-business-ethics.pdf>

Ten Bos R.; Willmott, H. (2001). Towards a post-dualistic business ethics: interweaving reason and emotion in working life. *J Manag Stud* 38(6):769–793

van de Ven, B. (2005). The (im)possibility of a Levinasian business ethics: towards an interpretation of the ethical in business. Working paper, Tilburg University. Available via <https://www2.le.ac.uk/departments/management/documents/research/research-units/cppe/conferencepdfs/levinas/vandeven.pdf>