

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dewasa ini, pertumbuhan dunia bisnis tumbuh yang pesat memunculkan tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan atau bahkan hanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Untuk dapat memenangkan persaingan bisnis, perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing dalam berbagai macam hal seperti kemampuan menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang kompetitif (lebih murah dibandingkan pesaing), waktu penyerahan produk atau jasa dengan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, dan lain sebagainya (Rahardjo, 2015). Kemampuan sebuah bisnis untuk melakukan itu akan memberikan jaminan eksistensi perusahaan di masa yang akan datang.

Untuk dapat memenangkan persaingan bisnis atau mempertahankan pasar yang dimiliki, dan merebut pasar yang sudah ada, perusahaan dituntut untuk mempunyai kemampuan mengadaptasi strategi usaha yang inovatif serta memperhatikan perubahan lingkungan yang cepat. Pelaku bisnis harus memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, dan di sisi yang lain mampu memenuhi tuntutan pelanggan yang semakin bervariasi jenis serta kebutuhannya (Sukirno dan Ardana, 2009).

Persaingan bisnis yang ketat guna memperebutkan perhatian konsumen, perusahaan harus mencari terobosan baru agar tetap eksis dalam persaingan bisnis. Usaha-usaha yang dilakukan untuk mengimbangi dan mengantisipasi upaya-upaya pesaing harus memperhatikan faktor etika. Hal ini karena ada hubungan yang erat antara etika bisnis dan persaingan usaha (Hasoloan, 2018). Hal ini karena aspek hukum dan aspek etika bisnis menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Munculnya persaingan yang tidak sehat disebabkan karena peranan hukum dan etika bisnis dalam persaingan usaha belum berjalan sebagaimana mestinya. Etika bisnis tidak akan dilanggar jika ada aturan dan sanksi-sanksi. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis menjadi salah satu aspek yang penting untuk dipahami, dijalankan dan tidak dilanggar dalam dunia usaha.

Etika bisnis memiliki peran yang sangat penting untuk mendukung keberhasilan usaha. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam bisnis bukan hanya berlandaskan moral dan manajemen yang baik saja, tetapi juga harus memiliki etika bisnis yang baik. Perusahaan harus dapat mempertahankan mutu serta dapat memenuhi permintaan pasar yang sesuai dengan apa yang dianggap baik dan diterima masyarakat. Harus diyakini dan dipahami bahwa pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan dalam jangka pendek, menengah dan jangka panjang.

Pemahaman akan arti etika bisnis penting untuk dipelajari lebih awal oleh setiap orang yang akan terjun dalam dunia bisnis. Hal ini juga berlaku bagi mahasiswa yang saat ini mengambil jurusan ekonomi atau bisnis. Melalui

pemahaman etika bisnis yang baik, mahasiswa dapat menerapkan ilmunya dalam bisnis nyata, hingga akhirnya bisnis yang dibangun dapat maju dan berkembang.

Banyak dimensi yang harus dipelajari dalam etika bisnis. Pham *et al.*, (2015) dan Bageac *et al.* (2011) dalam penelitiannya mengungkapkan lima dimensi dalam etika bisnis yaitu: 1) *Machiavellianism*, yang berhubungan dengan strategi perilaku sosial yang melibatkan seseorang untuk memanipulasi orang lain demi keuntungan pribadi dan sering bertentangan dengan kepentingan umum. 2) *Moral objectivism* berhubungan dengan tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum. 3) *Legalism* berhubungan dengan legalitas yang menyangkut hubungan antara individu atau kelompok masyarakat dengan negara dalam bisnis. 4) *Ethical relativism* berhubungan dengan sikap penolakan terhadap nilai-nilai moral yang absolut dalam mengarahkan perilaku etis, hubungan ideologi etika ditemukan berpengaruh signifikan terhadap penilaian, dan 5) *Social Darwinism* berhubungan dengan konsep teori bahwa hukum alam berperan dalam bisnis dimana yang kuat akan menjajah yang lemah.

Pemahaman akan etika bisnis yang baik akan membawa generasi muda (mahasiswa) untuk dapat berbisnis dengan baik dan beretika. Hal ini menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini mengenai bagaimana sikap mahasiswa pada penerapan etika bisnis. Apakah mahasiswa yang telah mempelajari ilmu etika bisnis dapat menerapkannya dalam bisnis yang akan diterjuninya di masa yang akan datang?. Apakah mahasiswa tidak akan melanggar prinsip-prinsip bisnis yang beretika. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa fakultas ekonomi atau bisnis yang sedang menempuh kuliah di Yogyakarta yaitu mengenai

bagaimana sikap mahasiswa pada etika bisnis dan untuk menguji ada tidaknya perbedaan sikap etika bisnis berdasarkan perbedaan gender.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap mahasiswa pada etika bisnis?
2. Apakah terdapat perbedaan sikap mahasiswa pada etika bisnis berdasarkan perbedaan gender?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Dilakukannya sebuah penelitian tentunya memiliki tujuan tertentu. Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sikap mahasiswa pada etika bisnis.
2. Untuk mengetahui perbedaan sikap mahasiswa pada etika bisnis berdasarkan gender.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian yang dilakukan diharapkan akan mampu memberikan manfaat. Oleh sebab itu maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain adalah:

## 1. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa fakultas ekonomi atau fakultas bisnis untuk memahami dengan lebih baik mengenai pentingnya etika dalam bisnis. Hasil penelitian ini sekiranya nanti dapat diterapkan dalam kehidupan bisnis yang dijalani para mahasiswa.

## 2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pembuktian dan referensi penelitian selanjutnya mengenai adanya perbedaan perilaku etis dalam bisnis antara pria dan wanita.

### 1.5. Sistematika Penulisan

#### **Bab I : PENDAHULUAN**

Bab satu berisi sub bab tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **Bab II : LANDASAN TEORI**

Bab dua berisi sub bab tentang dukungan etika bisnis, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

#### **Bab III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab tiga berisi sub bab tentang bentuk, tempat dan waktu penelitian, populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, metode pengujian instrumen serta metode analisis data.

**Bab IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab empat berisi sub bab tentang pemaparan hasil analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

**Bab V : PENUTUP**

Bab lima berisi sub bab tentang kesimpulan, implikasi manajerial, saran dan keterbatasan penelitian.

