

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Etika

Etika adalah cabang dari filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku dari manusia. Suseno (1987:14) mengungkapkan bahwa etika merupakan filsafat atau pemikiran etis dan mendasar tentang ajaran-ajaran serta pandangan-pandangan moral.

Dalam pengertian etika biasanya berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik itu pada diri seseorang maupun pada masyarakat atau kelompok masyarakat bahkan suatu organisasi. Ini berarti bahwa etika itu berkaitan erat dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut atau yang diwariskan, kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku yang terus berulang-ulang dan menjadi suatu kebiasaan.

Dalam pengertian ini etika itu sama dengan pengertian moralitas, etika dan moralitas berarti suatu sistem nilai yang mana manusia itu harus hidup baik dengan sesamanya dalam adat kebiasaan yang selalu berulang-ulang dan terus dilakukan.

Pada umumnya sebuah kebiasaan yang baik, lalu di turunkan dan di wariskan melalui agama dan kebudayaan dalam bentuk aturan atau norma yang dapat dijadikan pegangan hidup. Dalam hal ini agama dan kebudayaan lalu dianggap sebagai sumber utama dari nilai moral dan aturan atau norma dan etika.

Menurut Immanuel Kant etika adalah "Suatu sikap moral manusia dalam bertindak berdasarkan kesadaran bahwa tindakan yang diambilnya itu baik. Suatu tindakan dinilai sejalan kalau sejalan atau didasarkan pada kesadaran pribadinya. Tentu saja kesadaran itu bersumber dari nilai dan moral yang dianutnya".

Menurut Franz Magnis-Suseno etika adalah “suara hati yang harus dilakukannya, dalam mengambil keputusan moral merupakan satu-satunya yang menentukan apa yang harus dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang dapat di pertanggung jawabkan”.

Menurut Taylor (Koh dan Boo 2001) etika adalah suatu penelitian mengenai sifat dan dasar-dasar moralitas, sedangkan moralitas itu sendiri adalah suatu penilaian-penilaian, standar, dan pelaksanaan (*rules of conduct*).

Jadi etika dapat diartikan sebagai kebiasaan hidup yang baik dan merupakan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan akibat dari yang ditimbulkan oleh tindakan itu, suatu tindakan dikatakan baik kalau bertujuan mencapai sesuatu yang baik, atau kalau akibat yang di timbulkannya baik dan berguna.

2.2. Etika Bisnis

Etika bisnis adalah moralitas atau seperti yang telah dijelaskan, bahwa etika merupakan filsafat tentang moral. Moral adalah istilah yang dipakai untuk mencakup paraktek dan kegiatan yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk. Etika pada umumnya didefinisikan sebagai suatu usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individu dan sosial sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku dari manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk dapat dijadikan sasaran dalam hidup.

Menurut Bertens (2000:35) seperti etika terapan pada umumnya, etika bisnis dapat dijalankan dalam tiga taraf yaitu: taraf makro, taraf meso, taraf mikro. Pada taraf makro, etika mempelajari aspek moral dari sistem ekonomi secara keseluruhan, tahap meso etika bisnis difokuskan pada masalah-masalah etika dibidang organisasi sedang pada tahap mikro yang difokuskan adalah individu dalam hubungannya

dengan ekonomi atau bisnis seperti karyawan, manajer, produsen, konsumen, pemasok dan investor.

Etika bisnis merupakan bagian dari etika sosial, yang tumbuh dari etika pada umumnya. Etika bisnis beroperasi pada tingkat individual, dan organisasi (Machfoedz dan Ludigdo1999)

Menurut Von der Embese dalam Muafi (2004:47) etika bisnis didefinisikan sebagai “*consensus* mengenai standar perilaku yang diterima untuk suatu pekerjaan, perdagangan atau profesi”. Masalah etika sering dihadapi oleh pelaku bisnis ataupun profesi tertentu yang dinamakan *Ethical dilemma* adalah “situasi yang memaksa seseorang untuk memutuskan suatu tindakan yang meskipun akan memberikan keuntungan secara personal ataupun organisasional bahkan keduanya, mungkin keputusan tersebut tidak etis” (Scermerhom 2001:66).

Setelah melihat relevansi dan pentingnya etika bisnis di atas maka sebaiknya juga perlu ditinjau tiga sasaran pokok etika bisnis yaitu. Pertama etika bisnis sebagai etika profesi yang membahas berbagai prinsip, kondisi dan masalah yang terkait dengan praktek bisnis yang baik dan etis. Etika bisnis itu bertujuan untuk menghimbau para pelaku bisnis agar menjalankan bisnisnya secara baik dan etis. Kedua untuk menyadarkan masyarakat, khususnya konsumen, buruh atau karyawan, akan hak dan kepentingan mereka yang tidak boleh dilanggar oleh praktek bisnis siapa pun juga. Di sini etika bisnis berfungsi untuk menggugah masyarakat agar bertindak menurut seperti pelaku bisnis secara baik sesuai dengan peraturan yang berlaku. Ketiga etika bisnis juga bicara mengenai sistem ekonomi yang sangat menentukan etis tidaknya suatu praktek bisnis. Dalam hal ini etika bisnis lebih bersifat makro, etika bisnis bicara mengenai monopoli, oligopoli, kolusi, dan praktek-praktek semacamnya yang mempengaruhi ekonomi baik tidaknya bisnis suatu Negara.

Etika bisnis beroperasi pada tingkat individual, dan sistem organisasi (Rahardjo 1995). Beberapa prinsip etika bisnis antara lain adalah (keraf dan Imam 1995 :70-75):

1. Prinsip otonomi, yang merupakan sikap dan kemandirian manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri
2. Prinsip kejujuran dan kepercayaan
3. Prinsip tidak berbuat jahat dan Prinsip berbuat baik
4. Prinsip keadilan
5. Prinsip hormat kepada diri sendiri

2.3. Prinsip-Prinsip Etika dalam Bisnis

Prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak terlepas dari kehidupan kita manusia. Demikian pula prinsip-prinsip itu sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat.

Menurut Magnis-Suseno tanggung jawab disebut sebagai kesediaan untuk mengambil titik pangkal moral. Artinya, dengan sikap dan kesediaan untuk bertanggung jawab dan mempertanggung jawabkan keputusan dan tindakan yang diambil bisa dimungkinkan untuk suatu proses pertimbangan moral dan prinsip moral yang lain, baru bisa punya arti dan dilaksanakan jika ada kesediaan untuk bertanggung jawab. Sebaliknya orang akan bertindak tanpa mengindahkan norma dan prinsip moral kalau mereka tidak punya sikap dan kesediaan untuk bertanggung jawab. Tanpa kesediaan tanggung jawab, prinsip etika lainnya tidak relevan.

Etika bisnis adalah suatu penelitian ke dalam sifat atau dasar dari moral (*judgment*) dan standar-standar yang berkaitan dengan kegiatan bisnis (Vitell and Davis, 1990). Dalam etika bisnis, penelitian ke dalam sifat dan dasar moral itu lebih bisa difokuskan pada penelitian terhadap prinsip-prinsip etika umum pada suatu

wilayah perilaku manusia yaitu kegiatan bisnis, prinsip-prinsip etika tidak berdiri sendiri tetapi tercantum dalam suatu kerangka pemikiran sistematis yang disebut dengan “teori”.

Bisa dikatakan juga bahwa “teori etika” membantu kita untuk menilai keputusan etis. Teori etika menyediakan kerangka yang memungkinkan kita memastikan benar tidaknya keputusan moral kita. Berdasarkan suatu teori etika keputusan etika yang kita ambil biasanya menjadi beralasan.

2.3.1. Utilitarisme

Dengan memperhatikan asal-usul istilah ini kita sudah bisa menduga maksudnya, “Utilitarisme” berasal dari kata latin utilitas yang berarti “manfaat atau bermanfaat.” Menurut teori ini suatu perbuatan adalah baik jika membawa manfaat, tetapi manfaat itu harus menyangkut bukan saja satu atau dua orang tetapi masyarakat sebagai keseluruhan.

Perbuatan membawa manfaat sebesar-besarnya untuk jumlah orang terbesar, maka menurut utilitarisme perbuatan itu harus dianggap baik akan tetapi bagaimana kalau perbuatan itu serentak juga tidak baik bagi suatu kelompok tertentu atau melanggar aturan/hak dari beberapa orang? Jika mereka mau konsisten, para pendukung utilitarisme mesti mengatakan bahwa dalam hal itu perbuatannya harus dinilai baik (Bertens 2000)

2.3.2. Deontologi

Menurut Beuchamp and Bowie jika utilitarisme menggantungkan moralitas perbuatan pada konsekuensinya, maka deontologi (*deontology*) melepaskan sama sekali moralitas dari konsekuensi jawaban. Istilah “deontologi” ini berasal dari kata Yunani *deon* yang berarti kewajiban (*duty*).

Atas pertanyaan mengapa perbuatan ini adalah baik dan perbuatan itu adalah buruk deontologi menjawab karena perbuatan pertama menjadi kewajiban kita dan perbuatan kedua dilarang. Yang menjadi dasar bagi baik buruknya perbuatan adalah kewajiban oleh karena itu bisa dimengerti bahwa deontologi selalu menekankan perbuatan tidak dipandang baik karena tujuannya semata, tujuan baik tidak menjadikan perbuatan itu baik (Bertens 2000).

2.3.3. Cognitive Dissonance Theory

Cognitive Dissonance Theory adalah suatu ketidakcocokan antara dua atau lebih sikap (*attitude*), atau antara perilaku dan sikap (Robbins, 1998). Menurut teori ini individu akan berjuang untuk meminimalkan ketidakcocokan (*dissonance*) dalam lingkungan mereka, diasumsikan bahwa individu secara umum bertahan dengan sikap etisnya secara pribadi, *dissonance* terjadi bila individu mempersepsikan hanya sedikit dukungan dari manajemen puncak terhadap perilaku etis, dan terhadap iklim etis dalam organisasi, dan hanya ada sedikit hubungan antar perilaku etis dengan kesuksesan karir.

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Leon Festinger pada akhir tahun 1950-an. Teori ini mencoba menjelaskan hubungan antara sikap dan perilaku. *Dissonance* berarti inkonsistensi atau ketidakcocokan yang ada pada individu antara dua/lebih terhadap sikapnya atau antara perilaku/perbuatan dan sikapnya. Festinger mengatakan bahwa segala bentuk inkonsistensi tidak menyenangkan dan sikap individu akan berusaha untuk mengurangi *dissonance* dan ketidaknyamanan itu sampai ke tingkat minimum (Robbins, 1998).

Bila elemen yang menciptakan *dissonance* itu tidak penting, tekanan untuk memperbaiki inkonsistensi akan rendah, misalnya ada seorang manajer yang menilai bahwa setiap perusahaan tidak boleh mencemarkan lingkungannya. Akan tetapi

sayangnya manajer tersebut ditempatkan pada posisi yang mengharuskannya untuk melakukan pencemaran lingkungan tersebut demi kemajuan/keuntungan perusahaan, ia menyadari bahwa membuang limbah ke sungai akan memberi keuntungan besar bagi perusahaan (dengan asumsi tindakan itu legal). Dalam hal ini manajer tersebut mengalami *dissonance* yang besar, karena kepentingannya manajer tersebut tidak mungkin mengabaikan begitu saja inkonsistensi. Ada beberapa alternative yang bisa dilakukan misalnya manajer tersebut dapat merubah perilakunya (menghentikan pencemaran), mengurangi *dissonance* dengan menyimpulkan perilaku *dissonance* tersebut tidak penting (kepentingan perusahaan lebih penting dari pencemaran), dan merubah sikapnya (tidak ada yang salah dengan pencemaran).

Penghargaan (*reward*) akan mempengaruhi individu untuk mengurangi *dissonance*. Penghargaan yang tinggi berlaku untuk mengurangi *dissonance* dengan meningkatkan konsistensi pada sisi individu, dari faktor-faktor tersebut dapat disimpulkan bahwa bila individu mengalami *dissonance* mereka tidak akan secara langsung berperilaku untuk mencapai konsistensi dengan berusaha mengurangi *dissonance*.

2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Etis

Tindakan etis dan tidak etis itu sangat ditentukan oleh karakteristik individu dan lingkungan dimana mereka bekerja. Adapun perilaku etis dan tidak etis yaitu (Robbins 1998) :

1. Tahap perkembangan moral

Tahap perkembangan moral merupakan kapasitas seseorang untuk menentukan apa yang benar secara moral. Makin tinggi perkembangan seseorang makin sedikit ketergantungannya pada pengaruh-pengaruh dari luar dalam mengambil keputusan dan perilaku etis. Individu yang telah mencapai perkembangan moral

yang tinggi akan menempatkan nilai yang tinggi pada hak-hak orang lain, meskipun bertentangan dengan pendapat mayoritas mereka yang tidak ragu-ragu menentang praktek-praktek organisasi yang menyimpang secara moral (Velasques 1998)

2. Locus Of Control

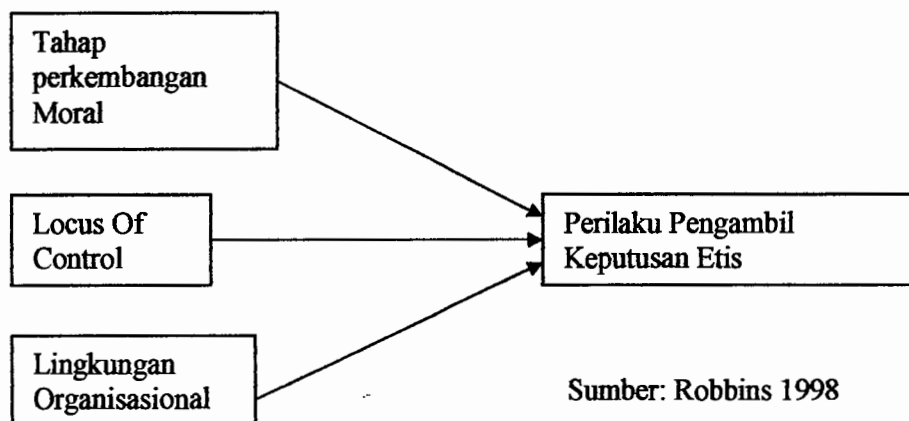
Locus Of Control adalah karekteristik personal yang menentukan kepercayaan seseorang apakah bertanggung jawab terhadap kejadian-kejadian dalam hidup mereka.

3. Lingkungan Organisasional

Lingkungan organisasional merupakan persepsi karyawan terhadap harapan-harapan organisasional. Apakah organisasi mendukung atau mendorong perilaku etis dengan memberikan penghargaan dan menentang perilaku tidak etis dengan memberikan sangsi.

Setiap orang yang kurang memperhatikan masalah moral cenderung akan mengurangi masalah tidak etisnya bila mereka dibatasi oleh lingkungan organisasional yang etis. Sebaliknya individu yang etis akan cenderung berperilaku tidak etis apabila lingkungan organisasionalnya justru mendukung perilaku dan tindakan tidak etis.

Gambar 2.1



2.5. Pengertian Persepsi

Persepsi menurut kamus besar bahasa Indonesia (1995) mendefinisikan sebagai anggapan (penerimaan) langsung dari suatu, atau merupakan proses seseorang untuk mengetahui beberapa hal melalui panca indranya. Rakhmat (1993:51) bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang obyek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan suatu pesan.

Persepsi setiap orang terhadap suatu obyek akan berbeda-beda, karena itu persepsi mempunyai sifat yang subyektif. Proses persepsi yang subyektif adalah hal-hal yang senyatanya terjadi di masyarakat misalnya Roni mungkin sebelumnya telah membaca banyak berbagai berita (stimuli) yang mengarahkan bahwa orang yang tidak mau/tidak bisa bicara di forum umum adalah orang yang tidak akan mampu menjadi pemimpin, sedangkan Anita sebelumnya memperoleh pengetahuan bahwa pemimpin itu harus bijaksana dan tidak mengumbar kata-kata dan janji-janji. Dengan demikian proses persepsi seseorang terhadap suatu obyek dipengaruhi oleh pengalaman masa lalunya dan tersimpan dalam memori (Prof. Dr. Teddy Pawitra 2001: 63).

Organisasi persepsi (*Perceptual organization*) berarti bahwa seseorang mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk pemahaman atau memahami lebih baik dan bertindak atas dasar pemahaman tersebut (Assael 1992). Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan (*integration*), yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh, pengorganisasian seperti ini memudahkan untuk memproses informasi dan memberi pengertian yang terintegrasi terhadap stimulus.

Menurut Sutisna proses terakhir dari persepsi adalah “memberikan interpretasi atas pesan yang diterima oleh seseorang, setiap pesan yang menarik perhatian

seseorang baik disadari maupun tidak disadari akan diinterpretasikan oleh seseorang, dalam proses interpretasi seseorang akan membuka kembali berbagai informasi dalam memori yang telah tersimpan dalam waktu lama (*long-term memory*) yang berhubungan dengan pesan yang diterima". Selain informasi yang tersimpan dalam *long-term memory*, apa yang diharapkan seseorang juga mempengaruhi bagaimana suatu pesan diinterpretasikan. Harapan (*expectation*) adalah keyakinan, kepercayaan individual sebelumnya, mengenai apa yang seharusnya terjadi pada situasi tertentu.

2.6. Cakupan etika Bisnis dalam Perusahaan

Bisnis adalah kegiatan masyarakat, mandat dan batas-batasnya ditentukan oleh masyarakat. Batas-batas ini acap kali bersifat moral, namun sering juga tercantum selaku undang-undang (Drs. O.P. Simorangkir1992:49). Oleh karena itu bisnis beroperasi dalam rangka suatu sistem ekonomi, maka sebagian besar tugas etika bisnis yang sesungguhnya ialah mengemukakan pertanyaan-pertanyaan tentang sistem ekonomi yang bersifat umum dan yang khusus. Dan ini pada gilirannya menimbulkan pertanyaan-pertanyaan tentang tepat atau tidaknya pemakaian bahasa moral untuk menilai sistem-sistem ekonomi dan bisnis yang akan dinilai.

Menurut O.P. Simorangkir perusahaan-perusahaan pada umumnya diolah oleh profesional, para pimpinan yang profesional dibayar tinggi oleh perusahaan. Karena perusahaan bukan lagi diolah sebagai milik pribadi, melainkan sebagai milik pemegang saham, maka kepemimpinan perusahaan bukan menurut kehendak mereka, melainkan menurut intruksi dari direksi dan dewan komisaris. Karyawan bukan bekerja menurut kehendaknya sendiri melainkan sesuai dengan kebijakan perusahaan.

Apa bila di dunia bisnis, produsen, manajer, dan karyawan bertindak tidak bermoral, maka pasti seluruh kegiatan bisnis akan kacau. Tujuan dari etika bisnis bukan mengubah keyakinan moral seseorang, melainkan untuk meningkatkan

keyakinan sehingga orang percaya akan kebaikan diri-sendiri dan memberlakukannya dibidang bisnis (Richard T De George 1995:3)

Bisnis yang baik selalu mempunyai misi tertentu yang luhur dan tidak sekedar mencari keuntungan, bagi perusahaan misi seperti itu adalah untuk meningkatkan standar hidup masyarakat, menyejahterakan masyarakat, dan membuat hidup manusia lebih manusiawi melalui pemenuhan kebutuhan mereka secara baik. Karena yang utama memenuhi kebutuhan hidup manusia, dalam bisnis, perhatian terutama ditujukan pada masyarakat/konsumen dan juga karyawan pada saat masuk dalam perusahaan tersebut dan sekaligus menjadi keunggulan dan ciri khas dari perusahaan (Sonny Keraf 1998 : 51).

Bisnis yang hanya mempunyai satu tujuan saja yaitu untuk mencari keuntungan yang akan muncul didalam perusahaan tersebut adalah sikap dan perilaku yang menjurus pada menghalalkan segala cara, termasuk cara yang tidak dibenarkan siapa pun bahkan pelaku bisnis itu sendiri ketika ia berada pada posisi yang dirugikan, hanya demi memperoleh keuntungan. Akibatnya, para pelaku bisnis tersebut hidup dalam suatu dunia yang bahkan ia sendiri, sejauh sebagai manusia tidak diinginkannya. Persoalan yang dihadapi disini adalah bagaimana perusahaan mengusahakan agar keuntungan yang diperoleh itu memang wajar dan halal, keuntungan memang tetap menjadi hal yang pokok bagi perusahaan/bisnis. Masalahnya adalah apakah mengejar keuntungan itu lalu berarti menghalalkan segala cara bahkan mengabaikan etika dan moral.

Menurut Blanchard dkk (1998) untuk membangun perusahaan/bisnis yang luhur adalah dengan membentuk, mendukung, dan memperkuat organisasi profesi. Melalui organisasi profesi tersebut perusahaan bisa dikembangkan dan akan

terbentuk iklim kerja yang baik, tidak ada diskriminasi dalam kerja, dalam memberikan rekomendasi, tidak ada koneksi, tidak ada suap, dan semacamnya.

2.7. Cakupan Etika di dalam Pendidikan

Bisnis adalah suatu interaksi yang terjadi akibat adanya kebutuhan yang tidak bisa diperoleh sendiri oleh individu dan persoalan etis dalam hubungan bisnis selalu muncul manakala manusia tidak mampu menyelaraskan kebutuhan-kebutuhan yang berbeda, atau menyelaraskan perbedaan-perbedaan yang melekat. Perbedaan tersebut menyangkut (1) kepentingan, (2) persepsi, (3) penghormatan/respek (4) eksistensi budaya (5) toleransi, (6) dan teknik/cara/tatakrama (Redi Panuju 1995:42).

Menurut O.P. Simorangkir etika atau kaidah adalah aturan yang mengatur sikap, perilaku seseorang di dalam kehidupannya, etika berfungsi sebagai alat pengawas bagi pemikiran dan hati nurani dalam rangka menentukan suatu tindakan. Individu-individu seperti apakah yang mempunyai kontribusi atau telah menyerap/mengerti etika bisnis yang diperoleh melalui proses belajar (*individual learning*). Hal tersebut karena yang bersangkutan telah memiliki beberapa kemampuan, seperti; kemampuan untuk kesadaran etis (*ethical sensibility*), kemampuan untuk berpikir secara etis (*ethical reasoning*), dan kemampuan bertindak secara etis (*ethical conduct*).

Dunia pendidikan memungkinkan kesadaran individu akan pentingnya perilaku etis (misalnya, kesadaran akan hak-hak orang lain), serta meningkatkan perbandingan antara situasi-situasi etis secara umum dan tanggung jawab sosial.(O.P. Simorangkir 1992) dan dunia pendidikan merupakan sarana dan prasarana dalam mengembangkan perilaku etis didalam mengambil keputusan, pendidikan tinggi tidak saja bertanggung jawab pada pengajaran ilmu pengetahuan bisnis (transformasi ilmu pengetahuan) semata kepada mahasiswanya tetapi juga bertanggung jawab untuk

mendidik siswanya agar memiliki kepribadian (*personality*) yang utuh sebagai manusia (Machfoed, 1993:3). Oleh karena itu ajaran yang bermuatan moral dan etika sangat relevan untuk disampaikan kepada peserta didik, terlepas dari bagaimana wujudnya, pendidikan etika telah diakui mempunyai peranan penting dalam perkembangan profesi

2.8. Hubungan Etika terhadap perusahaan

Menurut Kho dan Boo (2001), sangat sedikit penelitian difokuskan pada konsekuensi individual pada perilaku etis, misalnya: kinerja. Seberapa jauh etika dapat mempengaruhi seseorang dalam bekerja menjadi hal yang menarik dan perlu dipelajari. Mengingat bahwa penerapan prinsip etika (*ethical principel*) dalam perusahaan sangat penting dalam memahami sikap dan perilaku manusia di dalam perusahaan atau organisasi. Persepsi dari para karyawan sangat mempengaruhi sikap (*attitude*) mereka serta hasil-hasil organisasi atau perusahaan (*organization outcomes*). Secara khusus misalnya, Cellucci et al. (1978) menyatakan bahwa persepsi etika dalam organisasi bagi karyawan akan mempengaruhi sikap kerja (*job attitude*) mereka seperti kepuasan kerja dan keinginan berhenti (*turnover*).

Dalam perusahaan atau organisasi karyawan (manajer) diharuskan untuk melaksanakan perintah-perintah dari manajemen, meskipun perintah-perintah tersebut bertentangan dengan determinasi mereka mengenai apa yang benar. Konsisten dengan teori *cognitive dissonance*, konflik seperti itu akan menjadi sumber stress kerja yang kemudian mengurangi gairah di dalam menjalankan pekerjaan (Viswevaran 1998).

Iklm etika dalam organisasi merupakan suatu norma-norma kolektif yang mengarahkan perilaku (Trevino 1986). Suatu *dissonance* akan terjadi bila terjadi konflik antara norma-norma kolektif tersebut dengan nilai-nilai etis yang ada pada diri setiap individu. Konflik tersebut adalah merupakan salah satu sumber ketidak puasan kerja individu dalam perusahaan. Dari perspektif teori ini para karyawan mendapati

diri mereka dalam organisasi atau perusahaan lebih mengutamakan kepentingan organisasi dari pada pertimbangan-pertimbangan lain, yaitu kepentingan individu dan nilai-nilai etis, akan merasa bahwa nilai-nilai fundamental dan hak-hak pribadi mereka dilanggar hal ini akan mengarah pada berkurangnya perilaku etis di dalam menjalankan tugas atau pekerjaan mereka (Koh and Boo, 2001).

Dalam suatu organisasi di mana perilaku etis berhubungan erat dengan kesuksesan karir, perilaku etis setiap individu akan dikuatkan (*reinforced*) (Koh and Boo, 2001). Bila organisasi mengakui dan menghargai nilai-nilai yang konsisten dengan nilai-nilai intrinsik individu, maka mereka akan memperoleh kepuasan kerja yang tinggi dari pekerjaan mereka. Berdasarkan teori *cognitive dissonance*, kebalikannya terjadi yaitu untuk perusahaan yang mendukung (*reinforce*) perilaku tidak etis.

Etika organisasi diharapkan berhubungan secara positif jadi di persepsikan akan mempengaruhi sikap, perilaku, dan keputusan dari berbagai konteks sosial dan juga memainkan peranan penting dalam bagai mana karyawan menghadapi hasil-hasil organisasi dan prosedur serta proses organisasi.

Dari pandangan tersebut jika individu mempersepsikan bahwa manajemen mendukung perilaku etis, mendorong iklim etis, dan adanya hubungan yang kuat antara perilaku etis dengan kesuksesan seseorang dalam pekerjaan, maka mereka akan memiliki tingkat etika yang tinggi di dalam melakukan pekerjaan