

Etika Dalam Perniagaan dan Pencarian Menuju Integriti (Ethics in Business and Quest for Integrity)

Mohd Mizan Aslam¹

ABSTRAK

Perniagaan secara umumnya menurut perspektif Barat adalah menggabungkan tiga aspek penting iaitu yang pertamanya ialah tujuan - kenapa institusi atau organisasi perniagaan itu wujud, kedua strategi dan yang ketiganya ialah nilai dan etika kerja. Etika perniagaan bolehlah ditakrifkan sebagai satu set peraturan yang mengandungi nilai-nilai, prinsip dan 'standard' yang memandu manusia berkelakuan dalam dunia perniagaan (Ferrel, Thorne, Ferrel 2010). Manakala nilai pula digunakan sebagai alat untuk menggesa manusia mengamalkan norma-norma yang diterima masyarakat umum seperti integriti, akauntabiliti dan jujur (Ferrel, Thorne, Ferrel 2010). Persoalan 'keuntungan' adalah perkara pokok dalam perniagaan. Bukan sahaja Barat, malah Islam sendiri pun meletakkan keuntungan sebagai salah satu perkara yang perlu dititikberatkan dalam perniagaan. "Siapa yang berniaga inginkan kerugian", sudah lumrah manusia melakukan sesuatu dengan niat mencapai matlamat yang baik, maka dalam konteks perniagaan, keuntungan adalah objektif yang seharusnya dicapai. Tetapi sebenarnya perniagaan tidak seharusnya ditetapkan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata-mata, tetapi ianya juga mestilah dibina demi memenuhi tanggungjawab sosial. Maka, artikel ini akan mengupas persoalan berkaitan etika dalam perniagaan, sejarah kelahirannya, kepentingan etika dalam perniagaan dan isu-isu yang menyelubungi etika perniagaan untuk diambil iktibar oleh semua pihak dalam mencapai ekosistem perniagaan yang berteraskan integriti secara total.

1. PENGENALAN

Perniagaan secara umumnya menurut perspektif Barat adalah menggabungkan tiga aspek penting iaitu yang pertamanya ialah tujuan - kenapa institusi atau organisasi perniagaan itu wujud, kedua strategi dan yang ketiganya ialah nilai dan etika kerja. Etika perniagaan bolehlah ditakrifkan sebagai satu set peraturan yang mengandungi nilai-nilai, prinsip dan *standard* yang memandu manusia berkelakuan dalam dunia perniagaan (Ferrel, Thorne, Ferrel 2010). Manakala nilai pula digunakan sebagai alat untuk menggesa manusia mengamalkan norma-norma yang diterima masyarakat umum seperti integriti, akauntabiliti dan jujur (Ferrel, Thorne, Ferrel 2010).

¹ MOHD MIZAN ASLAM, Pusat Teknologi Komunikasi dan Kemahiran Insaniah, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia, m.mizan@unimap.edu.my.

Budaya beretika dalam perniagaan bolehlah ditakrifkan sebagai komponen penting dalam dunia korporat yang mengambil dan mengguna pakai nilai-nilai dan norma-norma yang diterima oleh organisasi sebagai tindakan yang wajar. Ia dapat dinilai apabila majoriti berkongsi nilai etika yang sama dengan dua objektif utama seperti berikut:

Persoalan 'keuntungan' adalah perkara pokok dalam perniagaan. Bukan sahaja Barat, malah Islam sendiri pun meletakkan keuntungan sebagai salah satu perkara yang perlu dititikberatkan dalam perniagaan. "Siapa yang berniaga inginkan kerugian", sudah lumrah manusia melakukan sesuatu dengan niat mencapai matlamat yang baik, maka dalam konteks perniagaan, keuntungan adalah objektif yang seharusnya dicapai. Tetapi sebenarnya perniagaan tidak seharusnya ditetapkan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata-mata, tetapi ianya juga mestilah dibina demi memenuhi tanggungjawab sosial.

Etika dalam perniagaan bukanlah perkara baru terutamanya menurut ajaran Islam. Ianya bergerak seiring dengan dengan pengenalan agama Islam melalui para nabi yang diutuskan. Dan ianya senantiasa berkembang dari masa ke semasa. Akan tetapi keadaan sebaliknya berlaku bagi masyarakat Barat. Dunia Barat memerlukan perubahan paradigma untuk melestarikan keadilan sosial masyarakatnya. Perubahan ini adalah kesan daripada pengalaman masyarakat barat yang telah merasai kepahitan dari kualiti yang rendah dan keselamatan yang tidak terjamin apabila keuntungan sahaja yang menjadi tujuan perniagaan. Malah mereka menganggap tanggungjawab sosial sebagai satu cara untuk meningkatkan imej sesebuah organisasi perniagaan dalam masyarakat. Dengan cara ini, dari sudut jangka panjang institusi perniagaan tersebut akan dapat meningkatkan permintaan terhadap barangan dan perkhidmatan.

Selain dari keuntungan, perniagaan juga dijalankan atas dasar untuk menjaga kebajikan pemegang-pemegang saham syarikat, kebajikan pengguna (konsumer), kebajikan pemilik-pemilik syarikat (perkongsian), kepentingan pemegang saham, pekerja, pengguna dan pembekal serta untuk meningkatkan kualiti kehidupan bagi lelaki dan wanita yang bekerja.

2. NILAI DAN ETIKA

Kelangsungan sesebuah perniagaan dan perkhidmatan yang ditawarkan amat bergantung kepada nilai dan etika yang dimiliki oleh mereka-mereka yang terlibat. Jika sesebuah perniagaan itu berjaya meletakkan perkara nilai dan etika sebagai dasar utamanya maka berjayalah perniagaannya, dan begitu jugalah yang akan berlaku sebaliknya.

Keadaan ini juga menjelaskan bahawa perkara-perkara dan aktiviti-aktiviti yang dilakukan oleh sesebuah perniagaan dan mereka-mereka yang mempunyai

hubungan dengannya bukan sahaja mesti elok dari sudut strategi untuk meningkatkan jualan tetapi ianya juga mestilah mempunyai nilai dan etika dalam konteks yang sebenarnya. Hubungan antara nilai dan etika dengan perniagaan dijelaskan sebagai *"hanya apabila seseorang pekerja itu mempunyai nilai peribadi yang selari dengan nilai organisasi atau syarikat yang dia bekerja, komitmen serta penglibatannya akan bertambah"* (Agil, S. O. S., 2007).

Antara aspek dalam etika yang perlu diberi penekanan ialah kerjasama dan perundingan sebagai satu pasukan, alam sekitar, hubungan pihak pengurusan dan pekerja, konsumer dan sebagainya serta juga kualiti barangan yang tidak memberikan kesan negatif kepada kesihatan dan persekitaran. Jadinya, sesebuah organisasi itu akan dikira berjaya apabila adanya penggabungan tiga ciri utama iaitu strategi, nilai dan etika. Dimana ketiga-tiganya disatukan dengan tujuan utama iaitu untuk memastikan kepuasan pemegang-pemegang taruh (*stake holder*).

Persoalan nilai dan etika bukan hanya melibatkan perkara yang bersifat zahiriah atau fizikal sahaja, tetapi ianya juga merangkumi perkara-perkara yang boleh membawa kesan mudarat di kemudian hari. Walaupun majoriti menerima sesebuah perniagaan yang dibina atas dasar keuntungan, akan tetapi ianya mungkin bersalahan dengan nilai dan etika yang dibawa oleh ajaran agama. Sebagai contoh, dalam perniagaan moden hari ini telah timbulnya dilema dalam perniagaan arak, judi dan video porno. Ketiga-tiga jenis perniagaan ini diterima oleh majoriti masyarakat Barat asalkan ianya dijual mengikuti etika perniagaan yang telah digariskan seperti penjualan kepada limitasi umur, kuantiti dan tempat. Akan tetapi menurut ajaran agama, pokok perniagaan itu sendiri telah dikira sebagai sesuatu yang tidak beretika dan menyalahi moral, maka ianya adalah dilarang sama sekali.

Sebagai manusia normal yang dipandu oleh akal dan fikiran, setiap individu harus memahami rasionalnya. Ini boleh dilakukan dengan menganalisa kesan negatif arak, judi dan video porno terhadap agama, nyawa, akal, keturunan dan harta-benda. Kesannya boleh dinilai apabila ianya boleh menjejaskan kehidupan bermasyarakat, merosakkan ketahanan masyarakat dan juga memperjudikan nasib masa depan generasi akan datang. Pelbagai fenomena buruk akan muncul dalam masyarakat seperti perceraian, homoseksual, anak luar nikah, jenayah dan juga anarki. Apabila perniagaan yang tidak elok ini dapat ditangani atau dielakkan daripada diperniagakan maka akan lahirlah masyarakat yang sihat, berakhlak mulia, produktif, efisien dan berkualiti.

Perlaksanaan Etika juga akan membantu mempertingkatkan komitmen oleh majikan dan pekerjanya. Majikan yang mematuhi tuntutan etika akan memastikan kebajikan pekerjanya berada pada tahap yang tinggi. Ini adalah kerana pekerja yang merasa seronok dan gembira berkhidmat di organisasi tersebut akan menzahirkan komitmen dan mutu kerja yang baik. Pekerja yang

dimiliki akan sanggup berkorban dan meletakkan masa hadapan mereka bersama organisasi tersebut. Kebajikan, keselamatan, peluang, dan penghargaan adalah antara elemen penting yang akan membantu pekerja membina etika yang baik walaupun tanpa adanya pemantauan yang berterusan. Pekerja juga berada pada posisi yang sama, apabila mereka mempunyai etika kerja yang hebat maka organisasi tersebut akan produktif dan lestari dalam mendepani segala cabaran yang mendatang.

Kajian yang dijalankan di Amerika juga mendapati bahawa institusi yang mempunyai pekerja yang mana tahap kejujuran dan integritinya tinggi mempunyai keuntungan yang lebih baik berbanding sebaliknya. Pekerja yang beretika akan menyumbang kepada mutu kerja yang baik dan seterusnya menghasilkan produk yang berkualiti dan juga akan menjana pendapatan yang lumayan kepada organisasi tersebut. Atas dasar ini, sesebuah organisasi itu haruslah menyokong untuk lahirnya budaya etika kerja yang bertunjangkan kepada efisiensi, produktiviti dan orientasi profit yang mengikuti lunas-lunas yang bukan sahaja dibenarkan oleh ajaran agama, malah juga mematuhi undang-undang dan peraturan yang dimiliki oleh sebuah negara dan institusi.

Etika juga adalah perkara yang diambil kira oleh para pengguna hari ini. Persoalan etika menjadi isu besar dalam dunia moden dan dibincangkan dalam pelbagai forum berkaitan. Lahirnya pelbagai pertubuhan bukan kerajaan (NGO) dalam memperjuangkan isu berkaitan etika menjadikan ianya relevan pada masa dan ketika ini. Berakhirnya dasar apartheid dan rasisme bermakna masyarakat dunia mula mengiktiraf hak-hak yang dimiliki oleh setiap individu. Secara tidak langsung, ianya mengiktiraf etika dan memastikan etika dipatuhi sepenuhnya sebagaimana konsep '*fair trade*' yang telah mula mendapat tempat di dalam masyarakat hari ini.

Sumber: http://www.naturallygifted.com.au/catalog/Fairtrade_Gifts-24-1.html

Gambar 1: Antara Perjuangan NGO untuk Memartabatkan Etika Kerja yang Mementingkan Keadilan dan Kesamarataan

Perjuangan untuk memartabatkan etika dalam dunia perniagaan masih melalui perjalanan yang jauh, ini adalah kerana bukannya senang untuk mengubah tingkah laku manusia dan menyedarkan golongan pekerja tentang hak-hak yang dimilikinya. Walau bagaimanapun, inisiatif dan tindakan yang telah diambil oleh golongan professional, tenaga akademik, peniaga atau pengusaha dan kumpulan pengguna yang telah menyedari kepentingan isu ini seharusnya dipuji.

3. ETIKA DALAM PERNIAGAAN

Sejak manusia mula mengenali dunia perniagaan ribuan tahun dahulu, persoalan etika juga muncul dan bergerak seiringan antara satu sama lain. Hatta dalam sistem perekonomian bercorak '*barter*' atau pertukaran barangan yang menjadi asas ekonomi moden juga telah meletakkan etika pada tempat yang sangat tinggi. Malah semua ajaran agama di dunia ini juga meletakkan etika sebagai sesuatu yang sangat perlu dan mesti lebih-lebih lagi dalam urusan berkaitan ekonomi.

Etika juga menjadi semakin penting dalam abad ke 21 ini. Perkembangan sains dan teknologi menjadikan etika sebagai sesuatu yang perlu. Perbincangan tentang etika juga menjadi semakin besar dan berubah dalam konteksnya yang tersendiri demi memenuhi perubahan yang sangat progresif dalam dunia sains dan teknologi. Penularan pelbagai jenayah yang berpusat di alam siber menyebabkan semua pihak mendesak agar etika diberikan tempat yang lebih luas dan menyeluruh dalam organisasi dan masyarakat terutamanya dalam dunia perniagaan.

Sebenarnya etika dalam perniagaan bukanlah sesuatu yang asing, semua ajaran agama di dunia ini menyarankan penganutnya beretika dalam melakukan urusan perniagaan. Akan tetapi apa yang berlaku adalah sebaliknya, secara realitinya kebanyakan manusia yang terlibat dengan perniagaan telah membelakangkan konsep etika yang telah ditekankan oleh ajaran agama masing-masing. Persoalan etika bukan hanya merupakan persoalan agama tetapi ianya adalah persoalan sejagat yang memandu manusia ke arah kehidupan yang lebih baik di dunia demi mencapai kebahagiaan selepas mati.

Untuk menyokong isu etika dalam perniagaan ini, setelah unsur agama tidak menjadikan manusia beretika, maka undang-undang diperkenalkan bagi memaksa manusia 'beretika'. Maka diperkenalkanlah pelbagai undang-undang seperti Akta Kontrak, Akta Jual Beli, Akta Perkongsian, Akta Jualan Barangan dan pelbagai lagi. Walaupun begitu, masih terdapat ramai individu yang terlibat dengan perniagaan yang bersalahan dengan etika. Undang-undang adakalanya hanyalah instrumen formaliti dan bukannya pemandu manusia dalam melaksanakan perbuatan yang etika.

Demikianlah antara sorotan awal yang cuba diberikan disini agar setiap individu faham dan jelas tentang konsep asas kepada persoalan berkaitan etika dan perniagaan. Manusia tidak boleh membelakangkan etika dalam perniagaan yang dibinanya, kesepaduan dan keharmonian masyarakat dibina melalui pemahaman dan penjiwaan nilai-nilai etika mulia. Nilai-nilai seperti jujur, amanah, ikhlas, integriti, akauntabiliti, bersih, cekap, mahir dan sebagainya adalah asas-asas penting dalam kehidupan manusia yang secara tidak langsungnya akan diterjemahkan ke dalam perniagaan yang diceburinya.

Perkembangan etika dan tanggungjawab sosial melalui tempoh masa yang agak panjang. Sebagaimana disebutkan di awal tadi, walaupun persoalan mengenai etika berkembang seiring dengan pengenalan sistem perniagaan akan tetapi dunia moden hari ini hanya merekodkannya sejak dari tahun 1960-an hinggalah ke hari ini.

Era 1960-an ditandai dengan perjuangan menjurus kepada isu-isu berkaitan alam sekitar, hak asasi sivil dan juga pertambahan konflik antara pengusaha dan pekerja. Era ini juga memperlihatkan kepesatan penyalahgunaan dadah di dunia terutamanya di Amerika Syarikat. Pada masa ini jugalah Amerika mengalami masalah jenayah dan kacau bilau dalam masyarakatnya. Pertembungan antara warga Amerika dan imigran Afrika meruncing dan tegang. Kelahiran mafia dan bandit dadah mendepani isu-isu berkaitan perniagaan. Institusi agama terutamanya Kristian (Protestan dan Katolik) juga mula memainkan peranan dengan mendidik pengikutnya agar lebih beretika dalam sesuatu yang dilakukan terutamanya dalam bidang perniagaan.

Maka kerajaan Amerika di bawah pimpinan John F. Kennedy ketika itu mula memperkenalkan dasar dan polisi yang lebih memelihara pengguna seperti '*Right to Safety*', '*Right to be Informed*', '*Right to Choose*' dan '*Right to be Heard*'. Gerakan-gerakan yang memperjuangkan perlindungan kepada pengguna juga mula menular di Amerika dan Barat lainnya. Sebagai contoh, Ralph Nader yang merupakan ahli politik, aktivis, penulis, pensyarah, peguam dan calon untuk Presiden Amerika adalah merupakan pejuang hak-hak pengguna, aktivis alam sekitar dan kemanusiaan telah menyaksikan kejayaannya dengan perubahan polisi yang cenderung kepada pelaksanaan etika di dalam pentadbiran dan pengurusan kerajaan Amerika.

Perkembangan era kedua pada tahun 70-an agak ekstrim dan radikal. Pertembungan Amerika dan Russia yang sinonimnya dikenali dengan Perang Dingin menjadikan dunia perniagaan juga menerima tempas dengan budaya yang ekstrim ini. Pekerja yang ekstrim dan bertindak dengan melakukan revolusi secara militan menular bukan sahaja di Amerika, malah di kebanyakan negara Barat dan Latin. Isu hak asasi kemanusiaan dan membelakangkan hak pengguna menjadi lumrah. Masalah besar yang berkaitan etika perniagaan pada masa itu

ialah mengawal atau menyimpan masalah berbanding memperbetulkannya (*covering up rather than correcting*).

Golongan profesional akademik terutamanya profesor universiti mula membincangkan isu etika dan tanggungjawab sosial oleh pengusaha dan peniaga secara berani. Kritikan terhadap syarikat atau industri yang tidak beretika dilontarkan di dalam kuliah dan aktiviti akademik. Industri perniagaan mula meletakkan rasa kekitaan mereka kepada masyarakat umum. Imej publik menjadikan mereka lebih berhati-hati dalam tindakan yang dilakukan walaupun tidak secara kolektif.

Era seterusnya ditandai dengan permasalahan berkaitan korupsi. Pada dekad 80-an ini jugalah bermulanya penularan perniagaan yang bersalahan dengan undang-undang dan etika kemanusiaan seperti perdagangan manusia, video porno, dadah sintetik dan lain-lain lagi. Penglibatan individu ber'otoriti' dalam sesuatu keputusan juga berlaku. Seperti campur tangan menteri terhadap siasatan polis atau perbicaraan mahkamah kerana mempertahankan rakan atau saudara mara mereka. Dunia pengiklanan juga melalui situasi hebat serta amat diperlukan ketika ini. Maka apa yang berlaku ialah penyebaran pengiklanan yang tidak beretika dan terpesong dari fakta sebenar. Isu ketelusan dan skandal melibatkan institusi kewangan juga menjadi besar dan sinonim pada era ini.

Keahlian dalam organisasi yang memperjuangkan pelaksanaan etika perniagaan dan tanggungjawab sosial bertambah dengan pesatnya. Platform yang membincangkan isu ini semakin bertambah dan meluas seperti penerbitan, kursus, bengkel, seminar dan lain-lain lagi. Malah sektor korporat juga dilihat mula memberikan sokongan dalam meletakkan etika pada tempat yang terbaik.

Seterusnya adalah era 90-an, era penting yang menjadi penampan untuk era milenium. Era ini lebih menjurus isu berkaitan pekerja seperti keselamatan di tempat kerja, saiz pekerja, upah, kebajikan dan lain-lain lagi. Pertambahan tanggungjawab korporat untuk kerosakan dan kemusnahan global seperti syarikat tembakau dan syarikat carigali minyak. Begitu juga isu berkaitan skandal kewangan dan penipuan berlaku dengan banyak sekali pada era ini. Walau bagaimanapun, bibit-bibit kesedaran terhadap keperluan untuk etika dalam perniagaan sudah mula tumbuh.

Era ini juga memperlihatkan penguatkuasaan undang-undang terhadap pesalah etika. Malah kerajaan Amerika telah mengambil inisiatif dengan menyediakan '*Federal Sentencing Guidelines for Organizations*' (FSGO), iaitu garis panduan hukuman terhadap mana-mana organisasi atau perniagaan yang membelakangkan persoalan etika dalam pengurusan mereka. Mana-mana syarikat mahupun industri sudah mula merasa takut dan sedar akan kesan pendakwaan yang dilakukan terhadap mereka. Ia bukan sahaja melibatkan reputasi malah akan menjejaskan pendapatan dan memungkinkan kebangkrapan organisasi mereka.

Permulaan alaf ke-21 merupakan dekad yang lebih mencabar, kadar jenayah dan salah laku etika menjadi semakin canggih. Perkembangannya seiring dengan perkembangan teknologi. Maka wujudlah apa yang digelar jenayah siber seperti muat turun secara haram dan pelanggaran hakcipta serta kecurian data dan maklumat sulit terutamanya berkaitan akaun bank dan butir-butir peribadi. Ini semua melibatkan persoalan etika, malah ianya menjadi semakin sukar dikawal apabila jenayah ini dilakukan secara maya yang mungkin berpusat di luar negara dan dilakukan oleh sindiket antarabangsa. Isu-isu global seperti pemburuan haram, penggunaan bahan terlarang, pemanasan global, produk tiruan dan lain-lain juga menghimpit pengguna pada dekad ini.

Pada ketika ini, sistem ekonomi kapitalis mula diperdebatkan, sistem yang mula diperkenalkan pada abad ke-16 masihi dikatakan hanya mementingkan keuntungan semata-mata hingga membelakangkan persoalan etika dan tanggungjawab sosial. Desakan untuk menilai semula sistem ekonomi bercorak kapitalisme ini menjadi semakin hebat sejak berlakunya kejatuhan dan krisis ekonomi yang silih berganti. Sistem kapitalisme dikatakan penyebab kepada masalah berkaitan dan ianya perlu ditukar kepada satu sistem yang lebih mementingkan keharmonian dan kesamarataan kekayaan.

4. PERSOALAN-PERSOALAN BERKAITAN ETIKA

Antara persoalan terbesar berkaitan dengan etika ialah, mengapakah setiap individu perlu mempelajari etika perniagaan, bukankah etika telah tertanam (*embedded*) secara naturalnya ke dalam diri setiap individu? Pelbagai laporan telah didatangkan dalam mengukur tahap etika yang dimiliki oleh individu sama ada pengurus mahupun pekerja dan juga pengguna. Sudah pastinya jaguh yang mendepani isu etika perniagaan ini adalah Amerika Syarikat yang telah melihat betapa pentingnya perkara berkaitan etika ini diletakkan di tempat yang sewajarnya.

Berikut adalah tahap kepercayaan oleh masyarakat Amerika terhadap industri-industri yang berkaitan. Boleh dilihat dengan jelas di sini bahawa sektor farmaseutikal adalah yang paling dipercayai dan diikuti oleh sektor runcit walaupun berlakunya penurunan. Manakala sektor automotif dan hartanah merupakan sektor yang paling rendah tahap kepercayaannya bagi masyarakat Amerika. Walau bagaimanapun, masih belum adanya satu kajian khusus yang dilakukan untuk mengukur tahap kejujuran atau kebolehpercayaan industri-industri tersebut di Malaysia.

Kajian oleh *Ethics Resource Centre* (2007) juga mengesahkan bahawa kadar peningkatan tindakan tidak beretika juga semakin meningkat. Melalui carta di bawah dapat dilihat bahawa tahap kebolehpercayaan kepada beberapa sektor

yang dinyatakan adalah amat membimbangkan, malah jika diberi kajian yang terkini (2010) pastinya jurang masalah ini semakin membesar.

Rajah 1: Tahap Kebolehpercayaan Agensi-Agensi Perniagaan dan Perkhidmatan di Amerika atas Nama *Better Business Bureau/Bureau Trust in Business Index*

5. ETIKA PERNIAGAAN

Etika ialah satu perkataan yang datang dari bahasa Greek iaitu '*Ethos*' yang memberi maksud '*Code Of Human Conduct*' atau peraturan yang membatasi gelagat manusia. Oleh itu apabila disebut etika perniagaan ia memberi erti peraturan-peraturan yang membatasi gelagat atau tindakan manusia dalam kegiatan perniagaan.

Dengan memahami etika perniagaan, setiap individu akan dapat memastikan perniagaan yang dijalankan berada pada landasan yang betul terutamanya dengan menjawab persoalan-persoalan seperti:

1. Boleh atau tidak perkhidmatan atau barangan ini dikeluarkan.
2. Adakah kandungan barangan tersebut menepati piawaian lokal dan antarabangsa.
3. Kualiti dan keselamatan produk yang dihasilkan agar ianya tidak merosakkan kesihatan dan akal pengguna.
4. Bagaimanakah cara pemasaran barangan dan perkhidmatan tersebut.
5. Adakah upah yang diberikan kepada pekerjaanya berpatutan.
6. Adakah persekitaran pekerjaan sesuai dan dapat merangsang serta meningkatkan produktiviti.
7. Bagaimana kesan perniagaan atau industri tersebut kepada alam sekitar.

8. Adakah perniagaan yang dijalankan itu mengikut lunas-lunas undang-undang sesebuah negara.
9. Apakah sumbangan perniagaan tersebut kepada masyarakat samaada dari segi sosial mahupun ekonomi.
10. Persepsi masyarakat terhadap perniagaan yang dijalankan.

Dan pelbagai persoalan lain yang berkaitan dengan moral dan etika yang seharusnya dimiliki oleh setiap pengusaha dan juga pekerja. Kedua-dua belah pihak, sama ada pengeluar mahupun pengguna haruslah peka dengan persoalan berkaitan etika ini kerana ianya akan menjamin kelangsungan perniagaan tersebut mahupun kebaikan yang maksima kepada pengguna.

Isu-isu berkaitan etika perniagaan sebenarnya memerlukan tumpuan sepenuh tenaga kepada pemikiran, perbincangan, penyiasatan dan juga sains pemutusan. Apa yang menjadi masalah hari ni ialah objektif sesebuah organisasi adalah untuk menang atau mencapai keuntungan yang besar dengan apa cara sekalipun, maka ini secara tidak langsungnya akan menyebabkan mereka terlibat dalam sesuatu tindakan yang tidak beretika. Dalam erti kata lainnya juga disebut sebagai 'matlamat menghalalkan cara'. Maka mereka sanggup melakukan apa sahaja demi mencapai hajatnya walaupun terpaksa menipu, memberi rasuah, menfitnah dan lain-lain lagi.

Pelbagai etika yang berkaitan boleh didapati apabila kita pergi secara detail. Ianya tidak jauh dengan mana-mana nilai murni yang harus dimiliki oleh insan sejagat. Dalam bahagian ini, disenaraikan nilai-nilai murni yang seharusnya dipunyai oleh individu yang terbabit dalam perniagaan. Antara nilai-nilai tersebut ialah kejujuran, integriti, ketelusan dan keadilan dan sebagainya.

• Kejujuran

Tindakan dan keputusan yang berdasarkan sifat amanah dan kebenaran adalah perlu bagi memastikan urusan perniagaan itu adil dan setiap orang sama ada pembeli atau pengusaha mendapat haknya. Penipuan dan perpecahan akan dapat dielakkan sekiranya semua pihak bersifat amanah dan benar. Dengan sifat ini usahawan akan mendapat untung yang sewajarnya dan pembeli akan mendapat barangan atau perkhidmatan yang sepadan dengan harga yang dibayar.

Lawan untuk sifat ini ialah tidak amanah. Sifat yang sering dikaitkan dengan keengganan memberitahu perkara sebenar ataupun hanya memberitahu sebahagian sahaja dan merahsiakan sebahagian lagi. Walaupun boleh juga dikatakan sebagai memberitahu perkara yang baik sahaja tetapi merahsiakan yang buruk. Apabila kebenaran terserlah di kemudian hari, pelbagai masalah akan dihadapi oleh golongan peniaga yang tidak amanah ini hingga mereka mungkin dihadapkan ke mahkamah.

Dunia perniagaan hari ini memerlukan operator-operator yang jujur dan amanah kerana undang-undang dan peraturan sahaja tidak mencukupi. Betapa ramai manusia yang melanggar undang-undang dan gagal mengikuti ajaran agama mereka, ini semua adalah kerana nafsu yang gagal dibendung itu telah meresapi diri individu tersebut. Oleh itu, jika sifat amanah dihayati dan dipraktikkan oleh individu-individu tersebut, maka segala keburukan dunia perniagaan akan dapat ditangani.

- **Pemasaran**

Adalah selari dengan konsep amanah dan benar dalam perniagaan bagi seseorang usahawan untuk memastikan usaha memasarkan barangan atau perkhidmatan dibuat dengan betul dan tidak bercanggah dengan etika. Seseorang usahawan, umpamanya harus memastikan bahawa sebarang bentuk pengiklanan atau promosi benar-benar mencerminkan kualiti dan kandungan barangan atau perkhidmatan agar pembeli itu tidak merasakan bahawa mereka ditipu.

Setiap peniaga mahukan barangan yang dijual mendapat keuntungan yang banyak dan berlipat ganda, maka ia akan berusaha sedaya upaya mempengaruhi pembeli supaya tertarik dengan barang yang dijual. Persoalan etika dalam pemasaran juga berlegar tentang menggunakan wanita dalam media cetak dan elektronik sebagai bahan pelaris atau untuk menarik masyarakat umum membelinya. Sesetengah pendapat mengatakan bahawa kaedah ini adalah merupakan eksploitasi terhadap wanita. Malah ia juga dianggap merosakkan jiwa dan akhlak remaja khususnya dan meningkatkan gejala-gejala sosial dalam masyarakat.

Maka dengan itu, kaedah pemasaran yang beretika haruslah diletakkan pada tempatnya dan bukannya digunakan dengan sewenang-wenangnya demi mencapai objektif peribadi atau keuntungan semata-mata dengan membelakangkan persoalan etika. Bukan sahaja pengusaha, tetapi pelaku dalam pemasaran termasuklah media, syarikat dan lain-lain pihak yang terbabit adalah merupakan pemegang taruh dalam dunia perniagaan.

- **Saksama**

Salah satu daripada aspek yang penting dalam keusahawanan ialah menguruskan manusia agar mereka mereka dapat meningkatkan produktiviti dan kualiti pengeluaran. Untuk mendapatkan komitmen dan rasa bertanggungjawab serta partisipasi daripada pekerja demi mencapai matlamat ini, ianya bukanlah sesuatu yang terlalu susah. Yang penting ialah menjaga hubungan yang baik dan kebajikan dengan pekerja.

Sekiranya institusi tidak menjaga kebajikan pekerja tetapi dalam masa yang sama memaksa pekerja memberikan komitmen terhadap kualiti dan produktiviti maka

berlakulah kezaliman disini. Apabila pekerja merasakan mereka dizalimi maka golongan pekerja tersebut akan mulai mencari jalan keluar dengan berhenti kerja. Malah keadaan ini lebih berat kesannya apabila pekerja yang berpengalaman juga mencari jalan keluar kepada institusi lain yang menawarkan sesuatu yang lebih menarik.

Antara cara yang boleh dilakukan oleh sesebuah organisasi untuk memastikan golongan pekerja tidak 'lari' ialah dengan memberikan gaji yang berpatutan sesuai dengan produktiviti dan keuntungan syarikat. Ia juga seharusnya sesuai dengan kos hidup setempat. Kadar inflasi seharusnya diambil kira dalam membuat perubahan yang sesuai terhadap gaji pekerja.

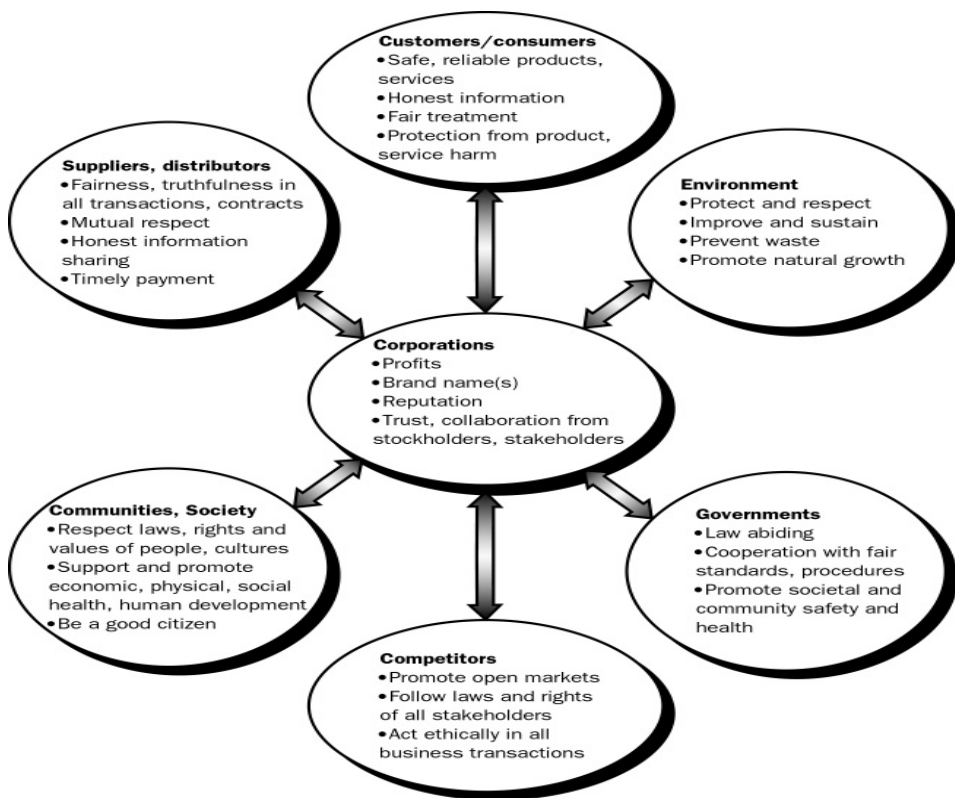
Organisasi juga boleh membuat sesuatu keputusan dengan mengambil kira pandangan pekerja dan pemegang taruh. Pihak pengurusan juga harus mewujudkan suasana kerja yang stabil, harmoni, teratur, bersih dan selamat agar setiap pekerja merasakan bahawa mereka adalah sebahagian daripada satu pasukan dan tidak timbul perselisihan atau pergaduhan sesama mereka. Isu keselamatan di tempat kerja juga amatlah penting. Ciri-ciri keselamatan haruslah diambil kira walaupun ini bermakna kos pengeluaran akan meningkat. Seterusnya memberikan latihan dan pendidikan yang sesuai dengan usaha untuk membangunkan personaliti yang baik dan beretika. Juga memastikan produk yang dikeluarkan adalah berkualiti dan tidak bertentangan dengan undang-undang negara termasuk juga mengambil kira sensitiviti kaum dan agama.

- **Kualiti**

Masalah keracunan makanan dan penyakit-penyakit kronik yang dialami sama ada segera atau dalam jangka waktu yang panjang adalah berpunca daripada bahan-bahan yang tidak berkualiti dan diragui. Produk yang tidak berkualiti boleh menjejaskan usaha membangunkan masyarakat dari sudut mental, moral, dan kesihatan. Terdapat ramai peniaga terutamanya pengusaha produk makanan yang menggunakan bahan-bahan tidak berkualiti demi mengurangkan kos pengeluaran dan dalam jangka masa yang sama berusaha meningkatkan keuntungan mereka.

Golongan ini akan sanggup memperjudikan nasib pengguna terutamanya golongan kanak-kanak demi meraih keuntungan berlipat kali ganda. Bagi mereka matlamat menghalalkan cara. Walaupun undang-undang menggariskan peraturan yang sepatutnya diikuti tetapi tidak ramai yang mematuhi. Malah ajaran agama juga melarang mereka menipu dan mengeluarkan produk yang tidak berkualiti, akan tetapi semua ini tidak diendahkan.

Kesannya, jika ditahan oleh pihak penguasa, tindakan undang-undang akan dihadapkan kepada seseorang peniaga. Sekiranya ini berlaku, ia akan merugikan pihak peniaga itu sendiri disamping menjejaskan empayar perniagaan yang telah dibina bertahun-tahun lampau.



Rajah 2: Antara Pemegang Taruh (*Stakeholders*) yang Mempunyai Hak dan Tanggungjawab Terhadap Etika

• Harga

Sistem ekonomi kapitalis yang diamalkan di kebanyakan negara di dunia hari ini memperlihatkan ketidakadilan, jika tidak berlaku kepada kebanyakan barangan tetapi berlaku kepada sesetengah barangan terutamanya barangan asasi. Golongan peniaga hendaklah menetapkan harga yang adil dan berpatutan terhadap sesuatu barangan atau perkhidmatan yang ditawarkan. Harga yang ditawarkan haruslah mencerminkan interaksi normal antara permintaan dan penawaran. Ia tidak disebabkan oleh sesuatu yang diwujudkan dengan sengaja seperti keadaan monopoli atau beberapa pengusaha atau pembeli yang bergabung untuk meningkatkan harga demi memperoleh keuntungan besar.

Seperti ini adalah permainan harga oleh spekulator. Pihak ini akan sentiasa memainkan harga demi mencapai objektif yang digariskan. Objektif di sini tidak semestinya kekayaan tetapi mungkin juga kerana ini memusnahkan sesebuah negara atau pihak-pihak tertentu. Spekulasi harga hari ini menjadi isu yang

sangat besar dan seringkali diambilkira oleh pengusaha dalam menawarkan harga produk mereka di pasaran.

Harga yang tidak adil akan menyebabkan golongan yang tidak berkemampuan berdepan kesulitan mendapatkan barangan keperluan mereka. Ia juga akan menyebabkan inflasi dan memberikan kesan terhadap daya saingan barangan tempatan. Menaikkan harga tanpa sebab yang manasabah semata-mata mahu menambahkan keuntungan juga akan memberi kesan negatif terhadap jualan sesuatu barangan untuk jangka masa panjang. Keadilan di sini bermakna berlaku adil tanpa prasangka terutamanya dalam memastikan pengagihan kekayaan kepada setiap individu.

Kedua-dua belah pihak iaitu peniaga dan pengguna seharusnya mempunyai sifat timbal balik yang positif. Iaitu apabila sebelah pihak melakukan sesuatu yang baik seharusnya ia dibalas dengan baik. Walau bagaimanapun jika sebelah pihak lagi melakukan kejahatan atau sesuatu yang negatif, maka tidaklah perlu ianya dibalas semula kerana ia akan memungkinkan lebih banyak kerosakan. Apabila industri atau peniaga menghasilkan produk yang bermutu dan berkualiti tinggi, pengguna akan gembira dan bersedia membelanjakan lebih banyak wang untuk produk tersebut. Maka kedua-dua belah pihak akan beroleh kebaikan, pengguna mendapat produk yang berkualiti dan pengusaha mendapat keuntungan hasil dari integriti tinggi yang dimiliki dalam proses pengeluaran produk tersebut.

Kepuasan juga merupakan ukuran integriti. Kepuasan pastinya sukar diukur dengan mata kasar atau dengan instrumen tertentu tetapi ianya merupakan integriti yang tinggi nilainya. Pengusaha yang mempunyai sifat dan perasaan puas dengan produk atau perkhidmatan terbaik yang dihasilkan akan merasa gembira dan puas dengan apa yang disumbangkan kepada pasaran. Sebaliknya akan merasa bersalah dan tidak gembira apabila berlakunya perkara yang tidak baik melibatkan kualiti dan hasil kerja yang dikeluarkan.

6. KESIMPULAN

Kesimpulannya, tiada satu pun kod etika universal yang mesti dilaksanakan dalam sesebuah organisasi. Akan tetapi hampir semua organisasi telah membangunkan satu kod etika yang standard dan boleh dipatuhi setelah diterima oleh umum. Kod etika tersebut hanyalah sebagai panduan dan peraturan yang harus diikuti oleh semua pihak yang terlibat dalam urusan mereka.

Dilemanya, pihak pengurusan seringkali mengabaikan isu etika dalam membuat keputusan dan berinteraksi antara pihak-pihak yang berkepentingan. Adakalanya mereka sanggup membelakangkan pekerja dan kepentingan organisasi demi memenuhi impian yang telah dipasang sejak awal lagi. Contoh yang berlaku ialah apabila menghabiskan jutaan ringgit untuk menghiasi pejabat ketika pendapatan

syarikat menurun. Walaupun ianya bukan untuk kekayaan individu tetapi ianya memperlihatkan kepentingan diri mengatasi kepentingan organisasi. Malah ianya juga mungkin boleh dilihat apabila memberikan bonus yang besar kepada kakitangan atasan tetapi menafikan bonus kepada pekerja bawahan yang sebenarnya adalah kunci keuntungan organisasi tersebut

Dalam dunia perniagaan korporat hari ini, peraturan dan undang-undang sahaja tidak mencukupi, ia memerlukan kepada satu set etika yang kompeten dan boleh dipraktikkan secara logik mengikut suasana dan persekitaran organisasi tersebut. Manusia seringkali gagal mematuhi perundangan dan ajaran agama yang telah menetapkan aspek etika. Maka pada saat ini, etikalah yang seharusnya diletakkan di hadapan dalam memandu manusia menjadi insan yang baik dan benar.

Untuk menangani permasalahan etika ini, pendekatan Lawrence Kohlberg (1969) juga boleh digunakan. Beliau yang merupakan pakar psikologi telah membangunkan tingkat moral yang perlu dipatuhi dalam membina individu yang beretika. Kohlberg percaya bahawa tingkat moral yang berbeza inilah yang akan membezakan cara seseorang itu berhadapan dengan situasi yang memerlukan mereka membuat keputusan yang beretika. Beliau percaya bahawa setiap individu melalui enam proses berikut:

Pertama, peringkat yang dipanggil hukuman dan pematuhan. Mereka-mereka yang berada pada tahap ini mendefinisikan etika itu berdasarkan kuasa dan beraturan yang ditetapkan oleh pihak-pihak tertentu. Bahkan mereka yang mempunyai kuasalah yang akan menentukan etika yang harus dipatuhi. Mereka yang berada pada tahap ini tidak akan melihat yang benar dan salah secara rasional, mereka melihatnya dari sudut pihak yang diikuti dan berkuasa. Keadaan ini selalunya berlaku kepada golongan politik yang kadangkala patuh membuta tuli terhadap arahan oleh ketuanya berbanding mematuhi etika. Keadaan ini juga boleh dilihat apabila ada individu yang sanggup melakukan pencemaran alam sekitar walaupun tahu ianya perbuatan yang salah hanya kerana takutkan pihak majikannya.

Peringkat kedua adalah berdasarkan keperluan dan balasan. Individu pada peringkat ini mendefinisikan etika atas dasar sesuatu yang dapat menyempurnakan kehendaknya. Etika dipraktikkan untuk kepentingan peribadi berbanding kepentingan syarikat atau pekerja. Malah lebih buruk lagi apabila segala peraturan dilanggar hanya semata-mata memenuhi tuntutan peribadinya. Contohnya, mereka sanggup mengambil hadiah yang mahal atau menerima imbuhan besar daripada pihak tertentu kerana mereka memang menginginya. Apa yang pasti pemberian tersebut bukanlah percuma, ianya pasti dilakukan dengan niat untuk mendapatkan balasan yang mana akhirnya akan melibatkan pelanggaran etika.

Ketiga, rasa kekitaan, perhubungan dan perasaan belas serta kasihan. Mereka yang berada pada tahap ini akan membelakangkan kepentingan peribadi demi individu lain. Walaupun mereka mementingkan juga persoalan etika, akan tetapi perasaan ingin membantu dan belas kasihan lebih besar hingga kadang-kadang mereka sanggup membelakangkan aspek etika. Sebagai contoh, mereka mungkin mengenakan sedikit tekanan ke atas pengeluaran produk demi memastikan kelestarian syarikat dan pekerjaan yang terjamin kepada para pekerjaanya.

Tahap keempat ialah keadilan sosial dan suara hati. Mereka yang berada pada tahap ini menterjemahkan etika berdasarkan tanggungjawab kepada komuniti dan juga mana-mana individu. Mereka akan mempertahankan kepentingan sosial walau dalam apa keadaan sekalipun. Walaupun mungkin berdepan dengan tindakan dibuang kerja atau disaman oleh majikannya atau mana-mana pihak yang berkaitan. Sebagai contoh, Jeffry Wigand, bekas eksekutif di Brown & Williamson Tobacco Corporation percaya bahawa majikannya telah merahsiakan keburukan rokok yang boleh menyebabkan ketagihan dan menjejaskan kesihatan. Maka beliau telah memilih untuk menjadi '*whistle blower*' dengan membocorkan rahsia tersebut kepada pihak media dan masyarakat umum. Kes ini berakhir dengan beliau telah dipecat dari jawatannya.

Peringkat seterusnya adalah peringkat yang mana kontrak sosial atau keperluan sosial berada pada tahap yang cukup tinggi. Mereka yang berada pada tahap ini akan memperjuangkan hak asasi, nilai dan kontrak sosial yang seharusnya dimiliki oleh setiap individu. Walaupun ekonomi moden tidak meletakkan perkara ini pada tempatnya, akan tetapi perjuangan oleh kumpulan ini telah berjaya mengubah landskap ekonomi moden. Lahirnya pelbagai peraturan yang mempertahankan pengguna adalah antara kejayaan kumpulan ini. Di negara-negara maju, pembeli mempunyai hak untuk mengembalikan barang yang di beli dalam tempoh masa tertentu jika mereka mengubah fikiran atau berasa tidak senang hati dengan kualiti barangan tersebut. Ia adalah merupakan satu konsep etika korporat yang sangat baik dalam menjamin hak pengguna.

Peringkat keenam ialah prinsip etika universal. Kumpulan ini mempercayai bahawa etika adalah merupakan satu sikap yang diterima dan dipraktikkan secara universal tanpa konflik. Jika etika tersebut diragui atau hanya diterima di sesetengah tempat atau hanya diterima oleh sesetengah komuniti, maka ianya tidaklah boleh dianggap sebagai etika yang universal. Keadilan dan kesamarataan adalah antara contoh etika yang diterima secara universal. Pekerja tidak akan melakukan apa-apa peraturan atau perkara yang dianggap sebagai pelanggaran kepada etika universal. Contohnya, melakukan protes atau demonstrasi terhadap syarikat atau majikan yang mengeluarkan mainan kanak-kanak yang didapati berbahaya atas alasan mengancam nyawa. Hak untuk menikmati kehidupan adalah universal dan mesti dilaksanakan walau dalam apa keadaan sekalipun.

Demikianlah antara penjelasan enam teori moral yang diberikan oleh Kohlberg. Beliau juga menyatakan bahawa manusia akan berubah moralnya bergantung kepada kepercayaan dan pegangan agama mereka hasil daripada pengalaman dan pendidikan yang diterima. Kohlberg juga menyatakan bahawa status yang dimiliki juga mempengaruhi pemakaian etika. Kumpulan masyarakat yang berstatus elit dikatakan mempunyai etika yang lebih baik berbanding golongan kebiasaan. Walau bagaimanapun etika tersebut bukanlah hanya untuk golongan tersebut, tetapi biasanya diguna pakai oleh mereka atas dasar pergaulan dan pendidikan yang dimiliki.

Seterusnya, dengan mengambil kira faktor di Malaysia, didapati bahawa terdapat banyak kes berkaitan pelanggaran etika. Ia berlaku dalam pelbagai sektor terutamanya melibatkan perniagaan dan perkhidmatan. Pelbagai faktor telah menyumbang kepada masalah ini termasuklah penghayatan etika yang longgar dan penguatkuasaan undang-undang yang lemah dan tidak konsisten. Seperkara lagi, tidak banyak kajian dilakukan dalam mengenalpasti kejadian-kejadian salah laku etika di dalam organisasi di Malaysia. Maka, data yang diterima amat sedikit dan sukar diterjemahkan dengan baik dalam usaha menangani isu-isu ini. Dasar dan polisi yang dimiliki juga kurang meyakinkan kerana gagal dibina dengan asas yang kukuh akibat kurangnya maklumat dan informasi yang berkaitan.

Walaupun apapun alasannya, Malaysia berada pada tahap yang cukup sempurna untuk terus berkembang dalam dunia moden hari ini. Pelbagai insentif yang disediakan telah menjadikan Malaysia sebagai antara negara yang cukup kompetitif untuk mendepani cabaran dunia perniagaan dan industri dalam arus globalisasi ini. Kestabilan politik dan kepelbagaian komposisi kaum adalah antara kekuatan tersendiri yang dimiliki Malaysia. Ruang pasaran luas terutamanya di kalangan negara-negara ASEAN menjadikan sektor ini akan terus berdaya saing.

Proses menuju negara maju seharusnya tidak meninggalkan persoalan etika di belakang. Nilai-nilai etika ini harus dijunjung dan ditanam di dalam diri setiap individu agar kemajuan yang dicapai mempunyai makna dan bernilai tinggi. Kita seharusnya mencontohi negara Barat dan Jepun, walaupun status negara maju telah lama dikecapi, tetapi etika mereka berada pada tahap yang sangat tinggi dan terpuji. Walaupun persoalan sosial mungkin sesuatu yang boleh dipertikaikan, tetapi isu etika terutamanya dalam dunia perniagaan dan perkhidmatan mereka adalah sangat cemerlang.

Semua pihak terutamanya pengurusan organisasi dan pemegang taruh mestilah melaksanakan konsep etika ini dengan sebaiknya. Pihak-pihak berkuasa seperti Kementerian Perdagangan Dalam Negeri (KPDN), Suruhanjaya Sekuriti, Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM), Bank Negara Malaysia (BNM) dan pelbagai pihak lagi mestilah melaksanakan tanggungjawab yang diamanahkan dengan sebaiknya agar wawasan Malaysia untuk menjadi negara maju pada tahun

2020 menjadi kenyataan. Malaysia harus menjadi negara yang maju sepenuhnya sama ada dalam bidang ekonomi mahupun sosial, politik, kerohanian, psikologi dan lain-lain lagi.

RUJUKAN

Agil, S. O. S. (2007). Garis Panduan Tingkahlaku Etika Islam Dalam Perniagaan. <http://permai1.tripod.com/etika.html>.

Boatright, R. J. (2009). *Ethics and Conduct of Business*. New Jersey; Pearson Education.

Bowman, J. S., Berman, E. M., West, J. P. (2001). The profession of public administration: An ethics edge in introductory textbook? *Public Administration Review*, 61(2), 194-205.

Brockett, R. G. (1988). *Ethics and the adult educator*. In R. G. Brockett (Ed). *Ethical*.

Koehn, D. (2009). *Consumer Fraud: The Hidden Threat*. University of St. Thomas, http://www.stthom.edu/public/getFile.asp?File_Content_ID=488

Ethics Resource Centre. (2007). *National Business Ethics Survey: An Inside View of Private Sector Ethics*. Washington, DC: Ethics Resource Centre.

Ferrel, Thorne, Ferrell. (2010). *Social Responsibility & Business*. New Jersey: South-Western-Cengage Learning.

Kant, I. *Fundamental Principles of the Metaphysics of Morals. Problem of Moral Philosophy : An Introduction* (2nd Ed.), 229, Editor Paul W Taylor (Encino, CA : Dickenson, 1972).

Fraedrich, J., Ferrel, O.C. (1992). Cognitive Consistency of Marketing Manager in Ethical Situations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20, 242-252.

Kinchin, N. (2007). More than writing on the wall: Evaluating the role that codes of ethics play in securing accountability of public sector decision – makers. *The Australian Journal of Public Administration*, 66(1), 112-120.

Laninska, S., Garcia-Lamor, J. (2006). *Morals, ethics, and integrity: How code of conduct contribute to ethical adult education practice*. *Public Organization Review*.

- Kohlberg, L. *Stage and Sequence: The Cognitive Development Approach to Socialization*. Handbook of Socialization Theory and Research, 347-480, ed. Goslin, D.A. (Chicago: Rand McNally, 1969).
- Loviscky, G. E., Trevino, L. K., Jacobs, R. R. (2007). Assessing managers' ethical decision-making: An objective measure of managerial moral judgments. *Journal of Business Ethics*, 73, 263-285.
- Reamer, F. G. (1982). *Ethical Dilemmas in Social Service*. New York: Columbia University Press.
- Rhode, D. *Expanding the Role of Ethics in Legal Education and the Legal Profession*. <http://www.law.stanford.edu/faculty/rhode/>.
- Siddiqui, M.N. (1988). *The Economic Enterprise in Islam*. St. Louis, Mosby: Islamic Publications Ltd.
- Stecklow, S. (2009). Sexual-Harassment Cases Plague U.N. *Wall Street Journal*. <http://online.wsj.com/article/Sb124233350385520879.html>.
- How Ethics Influence Future Profitability – Wal-Mart's Way*. (2009). <http://www.insideretailing.com.au/Default.aspx?articleId=5395&ArticleType=Articleview&tabid=53>, accessed June 3, 2009. 6: 3–20.
- Naturally Gifted*. Moderator. (2010). Retrieved on 23 April 2011 from http://www.naturallygifted.com.au/catalog/Fairtrade_Gifts-24-1.html.