

# FORUM

## KONTRIBUSI ILMU SOSIAL TERHADAP PERLINDUNGAN KEPENTINGAN PUBLIK

- Atas Nama Kepentingan Bernama "Moralitas"  
(Perda-perda Anti Maksiat Ditinjau dari Teori  
Kebijakan Publik)
- Demonstrasi dan Ancaman Bagi Fasilitas  
Publik (Suatu Telaah Teoritis Sosiologis)
- Social Marketing Sebagai Alat Perubahan  
Sosial
- Jurnalisme Lingkungan : Sebuah  
Sumbangan Untuk Pembangunan  
Berkelanjutan
- Kebijakan Mobilitas Penduduk Dalam  
Menunjang Pemberdayaan Masyarakat
- Pentingnya Perlindungan Konsumen  
Dalam Pembelian Barang dan Jasa

# FORUM

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro - Semarang

## Menu Edisi Ini :

<b>Pengantar</b> .....	i
<b>Muhammad Adnan</b> Negara, Pelayanan Publik dan Perlindungan Hak Publik dalam Public Services .....	1
<b>Retna Hanani, ANE</b> Atas Nama Kepentingan Bernama "Moralitas" (Perda-perda Anti Maksiat Ditinjau dari Teori Kebijakan Publik) .....	7
<b>Puji Astuti</b> Hukum Pemerintahan dan Perlindungan Kepentingan Publik .....	13
<b>Zainal Hidayat</b> Demonstrasi dan Ancaman Bagi Fasilitas Publik (Suatu Telaah Teoritis Sosiologis) .....	18
<b>Djoko Setyabudi</b> Social Marketing Sebagai Alat Perubahan Sosial .....	22
<b>Yanuar Luqman</b> Jurnalisme Lingkungan : Sebuah Sumbangan Untuk Pembangunan Berkelanjutan .....	28
<b>Dewi Erowati</b> Reformasi Pelayanan Publik .....	33
<b>Suwanto Adhi</b> Kebijakan Mobilitas Penduduk Dalam Memunjang Pemberdayaan Masyarakat .....	39
<b>Naili Farida</b> Pentingnya Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Barang dan Jasa .....	44
<b>C. Maya Indah S., SH, M.Hum</b> Akuntabilitas Pelayanan Publik Dalam Perspektif Hukum .....	49
<b>Joyo Nur Suryanto Gono</b> Komunikasi Untuk Menangani Konflik dalam Perusahaan .....	56
<b>Dra. Apriatni EP, M.Si</b> Iman dan Etika Bisnis Untuk Mewujudkan Strategi Perusahaan .....	62
<b>Priyatno Harsasto</b> Pendekatan Inperpretif dalam Ilmu Sosial : Fenomenologi, Etnometodologi, dan Simbolik Interaksionisme .....	68

**Penerbit** : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro - Terbit Pertama kali bulan Februari 1972 ; **Penanggung Jawab** : Drs. Warsito, SU - Dra. Sri Widowati H, MS - Drs. Agus Hermani, MM - Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin ; **Ketua Penyunting** : Drs. Suwanto Adhi, SU ; **Sekretaris Penyunting** : Agus Naryoso, S.Sos ; **Penyunting Pelaksana** : Dra. Hartuti, P, MPA - Drs. Tri Cahyo Utomo, MA - Dr. Turnomo Rahardjo - Dra. Rodhiyah, SU ; **Penyunting Ahli** : Prof. Dr. Y. Warella, MPA (Undip) - Prof. Dr. Sudharto PH, MES (Undip) - Dr. Ari Pradhanawati, MS (Undip) - Prof. Dr. Roger Paget (USA) - Dr. Peter Suwarno (USA) - Dr. Dedy Nur Hidayat (UI) ; **Tata Usaha** : Drs. Moch. Jaiz - Staf Tata Usaha FISIP - Undip ;

### Alamat :

MPIIS Forum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro,  
Jl. Imam Bardjo SH No. 1 Semarang Telp. (024) 8442532, 8414513  
Fax. (024) 8449629 mad : mpiis-forum@usa.net

### Sumbangan Tulisan :

Redaksi menerima sumbangan tulisan/foto yang relevan dengan tema atau topik pada setiap penerbitan. Setiap foto haruslah disertai dengan foto copy identitas yang jelas. Setiap artikel yang dikirimkan menjadi hak sepenuhnya dari redaksi untuk mengedit dan menampilkannya.

## IMAN DAN ETIKA BISNIS UNTUK MEWUJUDKAN STRATEGI PERUSAHAAN

Oleh : Dra. Apriatni EP, M.Si \*)

### ABSTRACT

*Scientific discourse about the importance of ethic business practice has been considered for long. It aims that business arrangement and management is not facing in various tasks and compete for benefit demand solely, but entrepreneurs should also can create the balance between benefit demand to guarantee his/her business continuity and to give services by spreading out goodwill to the whole sides. If it were under business ethics failed to thicken the awareness of entrepreneurs to form comfortably and safety of sides, we can make penetration by involving belief in business practice.*

*Keywords: ethics, organization effectiveness, company strategy*

### A. PENDAHULUAN.

Pemberlakuan etika dalam substansi kegiatan bisnis sudah dirasakan sejak tiga dasa warsa hingga saat ini. Menurut Drs. Muslich, MM (1998, 2) dari pendekatan normatif, etika merupakan sikap dan perilaku manusia atau masyarakat sesuai dengan norma dan moralitas yang ideal. Etika secara umum dinilai memenuhi tuntutan dan perkembangan dinamika serta kondisi masyarakat. Konsep-konsep etika yang dikembangkan dalam kehidupan masyarakat dapat diterapkan juga dalam dunia bisnis.

Etika mempersoalkan tanggung jawab dan kewajiban manusia baik sebagai makhluk individu yang disebut sebagai etika individu maupun sebagai makhluk sosial yang disebut dengan etika sosial. Dalam etika sosial dipersoalkan bagaimana sikap manusia terhadap sesama, terhadap keluarga, dan termasuk juga terhadap profesi. Persoalan etika akan menjadi lebih mudah dan ringan untuk dipahami maupun dilaksanakan manakala upaya merefleksikan etika melibatkan *ke imanan* kita sebagai makhluk yang beragama.

### B. PEMBAHASAN.

#### 1. Aplikasi Etika dan Budaya.

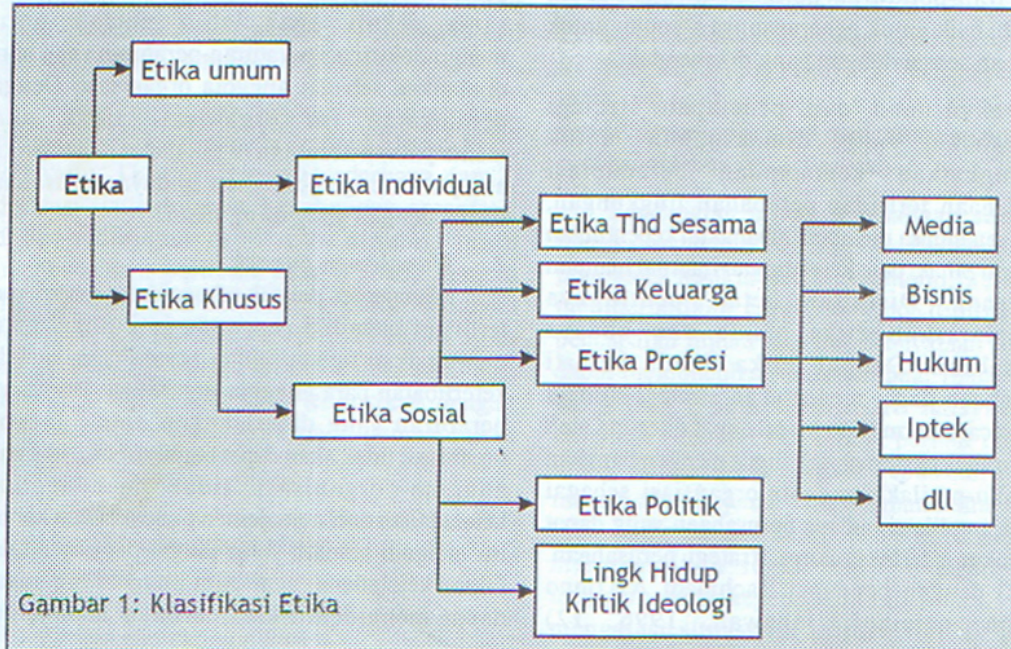
Mengapa dalam dunia bisnis diperlukan etika? Tiga ruang publik yang kita kenal, yaitu

negara/pemerintahan, pasar/bisnis, dan masyarakat. Ketiga ruang publik tersebut masing-masing memiliki fungsi dan peran yang saling dibutuhkan satu sama lain, tetapi dalam praktek penyelenggaraan dinegara kita, masing-masing memiliki kekuatannya sendiri-sendiri yang dibiarkan bergerak tanpa aturan yang jelas. Perjalanan roda perekonomian hampir dipastikan mengarah pada mekanisme pasar bebas yang jauh dari etika, lebih parah lagi pemerintah sebagai pembuat aturan-aturan ikut bermain didalam mekanisme tersebut. Banyak perusahaan yang terjebak dalam kerangka kapitalisme, yang mengarah pada mementingkan kepentingan sendiri, materialisme, dan keserakahan. Karyawan tidak lagi dianggap sebagai bagian dari keluarga melainkan telah menjadi bagian dari kekayaan perusahaan. Kemampuan karyawan akan diukur dari seberapa besar kemampuan memberikan sumbangan kepada keuntungan perusahaan. Konsumen yang banyak memberikan keuntungan lebih diperhatikan dari pada konsumen yang lebih banyak menuntut penurunan harga. Akhirnya uang menjadi satu-satunya tolok ukur keberhasilan perusahaan. Di sisi lain pemerintah tidak bisa konsekuen untuk menjalankan perekonomian berdasarkan kekeluargaan dengan lebih berpihak kepada usaha kecil. Praktek korupsi di pemerintahan dengan atau tanpa melibatkan pengusaha juga semakin merajalela.

Sudah sekian lama pemikiran perlunya etika dalam praktek bisnis. Hal ini dimaksudkan agar pengaturan dan pengelolaan bisnis tidak hanya

senantiasa dihadapkan pada tugas dan tuntutan mengejar keuntungan semata, hendaknya para pengusaha juga dapat menciptakan keseimbangan antara tuntutan mendapatkan keuntungan untuk menjamin kontinuitas usahanya dan juga memberikan pelayanan dengan menebarkan kehendak baik bagi semua pihak.

Selanjutnya klasifikasi etika menurut Drs. Muslich, MM (1998, 3) sebagai berikut:



Dengan gambar tersebut dimaksudkan untuk memperkuat keyakinan kita bahwa didalam bisnis perlu pertimbangan-pertimbangan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan berdimensi sosial maupun ekonomi. Dengan pertimbangan norma dan moral akan berpengaruh pada pilihan-pilihan kebijakan perusahaan. Pilihan-pilihan kebijakan yang tetap mengacu pada norma dan moral yang ada tentu akan memudahkan bagi anggota untuk dapat menerima dan menerapkan sejumlah kebijakan yang telah ditetapkan tersebut. Oleh karena itu pilihan-pilihan kebijakan atau strategi perusahaan janganlah berseberangan dengan elemen budaya yang mewadahi norma dan moral yang berlaku.

Abu Hapsin dalam makalah yang berjudul Strategi Pengembangan dan Budaya Politik yang Kondusif untuk Mewujudkan Demokrasi dan Kesejahteraan Rakyat (2002, 1), menyatakan:

**Etika dan budaya merupakan dua kata yang secara relational dapat digambarkan sebagai "pengontrol" dan "yang dikontrol". Keduanya berasal dari sumber yang sama, yakni masyarakat. Etika disarikan dari nilai-nilai kemanusiaan untuk kemudian digunakan sebagai alat ukur perilaku**

**masyarakat dalam kaitannya dengan baik dan buruk.**

Dalam konteks bisnis, maka nilai-nilai kemanusiaan yang bersifat universal akan dijadikan kerangka acuan untuk mengembangkan budaya perusahaan yang sekaligus menjadikan elemen budaya untuk memperkokoh pembentukan strategi perusahaan. Oleh karena itu sebelum atau bersamaan dengan pemikiran penentuan strategi perusahaan perlu dipikirkan bagaimana mengembangkan elemen-elemen budaya tersebut. Permasalahan yang dirasakan adalah bagaimana mengembangkan elemen-elemen budaya yang sesuai dengan yang dibutuhkan untuk menerapkan strategi perusahaan.

Budaya perusahaan yang berkembang serta dapat diidentifikasi dalam perilaku anggota organisasi, sesungguhnya adalah bukan budaya yang sesungguhnya. Perilaku yang ada, sesungguhnya terjadi karena penerapan peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh manajemen, sehingga nampak sebagai budaya perusahaan. Kenyataan ini dapat dikategorikan sebagai budaya yang kasat mata. Misalnya bagaimana karyawan memberlakukan pelanggan,

bagaimana para karyawan dalam berpakaian, bagaimana cara mereka berkomunikasi, semua ini bentuk peraturan-peraturan yang harus dijalankan oleh anggota organisasi sehingga akan nampak sebagai suatu kebiasaan. Pemberlakuan peraturan-peraturan perusahaan akan lebih mudah, baik untuk penerapannya ataupun untuk merubah sesuai dengan yang dikehendaki.

Penyusunan dan penetapan strategi perusahaan yang dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan beradaptasi perusahaan terhadap perubahan lingkungan, harus senantiasa mempertimbangkan kepentingan berbagai pihak, baik kepentingan internal maupun eksternal. Disinilah letak pentingnya menselaraskan etika bisnis dan budaya perusahaan. Dengan etika bisnis berarti perusahaan dapat menentukan strategi-strategi yang secara norma dan moral dapat diterima oleh pihak-pihak eksternal, sekaligus mengembangkan perilaku-perilaku anggota organisasi sebagai bentuk implikasi budaya perusahaan yang dapat mendukung terlaksananya strategi perusahaan. Sesuai dengan pendapat Rachmadi A. Triono (dalam majalah *Usahawan*, 1996, 12) menyatakan:

*Bahwa budaya perusahaan akan berpengaruh terhadap strategi perusahaan. Strategi yang dipilih tidak boleh menandung unsur yang bertabrakan dengan elemen budaya organisasi yang ada, atau bahkan membutuhkan elemen budaya yang belum dimiliki sebagai persyaratan dalam penerapan strategi perusahaan.*

Elemen-elemen budaya perusahaan seperti apa yang akan dikembangkan oleh perusahaan, hanya dapat dirasakan dan ditentukan oleh mereka yang terlibat di dalamnya. Pada dasarnya budaya perusahaan yang akan terurai dalam elemen-elemen budaya dapat dirasakan menjadi lebih mudah untuk dikembangkan, jika perusahaan telah memiliki komitmen sejak awal untuk melestarikan budaya perusahaan. Langkah-langkah yang dapat ditempuh untuk melestarikan budaya perusahaan menurut Stephen Robbins (2000, 487):

### 1. *Proses Seleksi Pegawai.*

Proses seleksi yang merupakan bagian dari manajemen sumber daya manusia akan berulang dalam kurun waktu tertentu. Proses seleksi dimaksudkan untuk mendapatkan tenaga kerja

atau pegawai baru dengan melalui berbagai tahapan. Yang perlu diperhatikan sebagai suatu komitmen bersama adalah 1) mencari orang-orang yang mempunyai pandangan yang cocok atau tidak bertentangan dengan budaya perusahaan 2) mencari orang-orang yang baru sama sekali agar lebih mudah untuk mengindoktrinasi peraturan-peraturan yang harus dijalankan sebagai anggota organisasi. Dengan pendekatan ini organisasi tidak akan mendapatkan kesulitan untuk dapat melestarikan ataupun mengembangkan budaya perusahaan sesuai dengan yang diinginkan.

### 2. *Manajemen puncak.*

Manajemen puncak sebagai level manajemen tertinggi memiliki pengaruh yang tinggi untuk mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan, melalui keterlibatan para anggota organisasi. Peraturan-peraturan yang diberlakukan untuk anggota organisasi tidak akan dapat berjalan baik, jika para anggota organisasi tidak mendapatkan keteladanan dari manajemen puncak. Oleh karena itu menjadi sesuatu yang sangat penting adalah faktor keteladanan, agar para anggota organisasi dapat mengidentifikasi perilaku manajemen puncak.

### 3. *Sosialisasi*

Sosialisasi terhadap visi, misi dan tujuan perusahaan wajib untuk dilaksanakan secara intensif, khususnya bagi para pegawai baru. Hal ini dimaksudkan agar para pegawai dapat menyesuaikan diri untuk dapat terlibat dalam suatu komitmen perusahaan.

### 4. *Ritual organisasi*

Acara-acara ritual yang sering dilakukan organisasi akan membantu pembentukan "image" perusahaan bagi para anggota organisasi. Misalnya acara-acara yang disusun setiap ada penerimaan dan penyambutan pegawai baru, bagi mereka yang purna tugas, ataupun ritual-ritual keagamaan yang dapat mengembangkan nilai-nilai religius maupun penghargaan kepada orang lain.

### 5. *Simbol material*

Walaupun bukan sesuatu yang utama akan tetapi simbol-simbol materi, misalnya penataan fisik ruangan kantor, cara berpakaian yang ditentukan, akan membantu pembentukan jati diri perusahaan.

Pilihan-pilihan terhadap cara-cara yang akan ditempuh oleh organisasi untuk melestarikan

budaya perusahaan, yang penting adalah dimaksudkan untuk mewujudkan perilaku-perilaku yang diharapkan dapat mendukung pelaksanaan strategi-strategi perusahaan. Dengan kata lain faktor lingkungan organisasi baik eksternal maupun internal menjadi bahan pertimbangan untuk menentukan perilaku seperti apa yang dibutuhkan oleh organisasi.

Faktor lingkungan eksternal organisasi dapat ditinjau dari dua dimensi (Richard Steers, 1980, 99) yaitu: 1) dimensi rumit–sederhana dan 2) dimensi statis-dinamis. Lingkungan organisasi dengan dimensi rumit dan dinamis tentu membutuhkan perilaku yang berbeda dengan dimensi sederhana dan statis. Untuk lingkungan rumit dan dinamis, ditunjukkan dengan karakteristik: permasalahan beragam dan lingkungan kompleks, akan lebih cocok dengan budaya yang menekankan pada pembentukan perilaku:

- Percaya diri
- Berani menanggung resiko
- Integrasi yang tinggi
- Berani mengambil keputusan
- Kemampuan komunikasi
- Kreatif dan inovatif

Sebaliknya untuk lingkungan sederhana dan statis, atau dapat dikatakan lebih *focus* pada efisiensi membutuhkan budaya yang dapat membentuk perilaku:

- Kontrol yang tinggi
- Meminimalkan resiko
- Ketaatan pada aturan
- Meminimalkan resiko dan konflik

Demikian pula kondisi internal organisasi, misalnya dengan penerapan teknologi modern, mensyaratkan kemampuan pegawai untuk menyesuaikan diri serta membentuk pribadi yang mampu berinisiatif. Berbeda dengan penerapan teknologi yang bersifat rutin dengan lebih menekankan stabilitas, akan dapat berjalan lebih baik dengan penerapan desentralisasi dengan membatasi inisiatif perorangan.

## 2. Keseimbangan Bisnis dan Iman.

Untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan seringkali digunakan istilah Efektifitas Organisasi. Konsep yang dapat diterima secara umum, efektifitas dimaknai

dengan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Setiap perusahaan memiliki kewenangan untuk menentukan visi, misi dan tujuan. Visi, misi dan tujuan inilah yang akan dijadikan tolok ukur keberhasilan perusahaan setelah sekian lama menjalankan roda usahanya. Perusahaan memiliki otonomi untuk menjalankan kehendaknya dan rekayasa bertindak untuk mencapai prestasi-prestasi terbaik sesuai dengan yang diharapkan dengan menggunakan nilai-nilai profesionalisme yang dimiliki.

Pencapaian tujuan perusahaan seringkali hanya diukur dari pencapaian keuntungan atau laba yang terukur secara ekonomi, ketimbang memperhatikan cara-cara yang dipilih untuk pencapaian tujuan tersebut. Kenyataan ini akan dapat memunculkan masalah bagi ruang publik yang lain ( pemerintah dan masyarakat). Orientasi ekonomi tidak akan pernah membuat orang sampai pada tingkat kepuasan, bahkan mereka akan terjebak pada tekanan untuk meraih laba yang dapat membentuk pola perilaku menghalalkan segala cara, dengan tanpa memperhatikan kepentingan pihak lain. Untuk mengatasi situasi ini pilihan terbaik adalah dengan melibatkan iman dalam kehidupan bisnis.

Dengan landasan keyakinan bahwa aktivitas bisnis hanya bagian dari aktivitas-aktivitas duniawi yang lain, maka tidaklah berlebihan jika iman turut ambil bagian dalam proses pengambilan keputusan untuk penetapan strategi-strategi yang sangat bersifat realistis.

Tidak dapat dipungkiri bahwa berbicara tentang etika bisnis yang sudah berlangsung sejak tiga dasawarsa terakhir ini, dirasakan belumlah cukup untuk mengisi ruang batin para pelaku bisnis untuk mewujudkan idealisme duniawi dan surgawi. Mengapa tidak mencoba untuk lebih banyak merefleksikan iman kita dalam aktivitas bisnis. Seringkali ritual-ritual dalam kantor dianggap sudah memiliki nuansa agamis, misalnya mengadakan selamata setiap akan menempati ruang baru, menyelenggarakan peringatan-peringatan keagamaan secara rutin. Ke iman bukan hanya sebatas aktivitas rutin seperti tersebut diatas, akan tetapi iman berarti berhubungan dengan Allah.

Aloys Budi Purnomo, Pr, dalam makalahnya berjudul *Spiritualitas Bisnis* (2006, 5), menyatakan:

*Keterikatan antara iman dan bisnis pertama-tama terletak pada kesadaran bahwa keterlibatan seseorang, upaya dan usaha seseorang, justru menjadi bagian dari pengumpulan iman. Maka inti persoalannya adalah pada pengelolaan ruang ekonomi yang ditempatkan dalam tata penyelenggaraan Tuhan untuk menghadirkan dan mewujudkan kesejahteraan.*

Dengan iman akan membuka mata hati kita, bahwa dalam realita duniawi dan surgawi; jasmani dan rohani bukan dua kutub yang terpisah. Sama halnya ada siang dan malam, baik dan buruk adalah bagian dari kehidupan yang manyatu dan tidak terpisahkan. Bagaiman jika dalam bisnis juga menggunakan kekuatan etika dan iman disamping profesionalisme? Tidakkah berlebihan jika pemisahan dua kutub duniawi dan surgawi justru akan menjauhkan diri dari perolehan makna hidup yang sesungguhnya.

Menjadikan iman sebagai landasan bertindak dalam pengambilan-pengambilan keputusan yang bersifat strategik, berarti mengintegrasikan antara iman dan bisnis. Bisnis adalah dunia nyata yang dalam keseharian akan dialami terjadinya persaingan bisnis yang semakin ketat, berbagai godaan untuk mengambil jalan pintas untuk mencari simpati masyarakat serta mendapatkan keuntungan. Untuk mengatasi jurang yang semakin dalam antara kenyataan duniawi dan surgawi, di perlu kemampuan merefleksikan diri dengan langkah-langkah yang lebih mengandalkan hati nurani.

A. Louis Sastrawijaya (dalam Majalah Inspirasi, 2006, 28), menyatakan bahwa para pelaku bisnis dapat menjalankan seluruh aktivitasnya melalui beberapa cara berikut ini:

1. Menghayati bahwa bekerja itu adalah ibadah. Pimpinan adalah imam, anak buah adalah umat yang beribadah, kolega dan rekan bisnis kita adalah sesama umat yang beribadah, dan kantor adalah tempat ibadah
2. Mensyukuri keuntungan bisnis yang diperoleh sebagai berkat yang diberkati oleh Tuhan dan selalu berusaha untuk berbagi serta mensejahterakan orang lain.
3. Melakukan servant leadership, sebagai pemimpin yang senantiasa mempunyai semangat melayani para pemegang saham, kolega, karyawan, masyarakat berlandaskan nilai-nilai moral.

Menghayati perilaku dengan filosofi tersebut di atas tidak dengan meninggalkan konsep-konsep manajemen. Perlu dikembangkan juga piranti-piranti yang memberikan sumbangan terhadap pencapaian efektifitas organisasi, menurut Richard Steers (1980, 9), yaitu:

1. karakteristik organisasi, meliputi:
  - a. struktur
  - b. teknologi
2. karakteristik lingkungan, meliputi:
  - a. lingkungan eksternal
  - b. lingkungan internal (iklim)
3. karakteristik pekerja, meliputi:
  - a. keterikatan pada organisasi
  - b. prestasi kerja
4. kebijakan dan praktek manajemen

### C. PENUTUP.

Penanaman dan pengimplementasian nilai-nilai kemanusiaan dengan norma dan moral yang diyakini sebagai bentuk perwujudan iman, dapat dilakukan dengan mengajak para anggota organisasi untuk mengembangkan modal spiritual disamping modal material dan modal sosial, dimana ketiganya merupakan modal untuk dijalankan dalam sebuah bisnis.

Lebih kongkrit praktek-praktek manajemen modern yang perlu disesuaikan untuk mengembangkan modal spiritual dalam organisasi adalah lebih menekankan pada upaya-upaya penegakan nilai-nilai etika dan keimanan dalam penyelenggaraan organisasi. Dasar-dasar filsafat keimanan yang dikembangkan adalah yang dapat diterima oleh semua pihak sehingga tidak akan menimbulkan rasa diskriminasi pada sebagian orang. Misalnya dimulai dengan membina hubungan yang baik dengan rekan kerja yang dilandasi budaya kasih, yakni saling memperhatikan, saling membantu, tenggang rasa dan percaya; melayani pelanggan dengan lebih mengembangkan kepedulian, pimpinan sebagai *motivator* berusaha untuk selalu konsisten untuk bersama-sama dengan anggota organisasi untuk mengembangkan harkat dan martabat manusia.

Nilai-nilai etika dan keimanan pada hakekatnya merupakan manifestasi dari budaya dan agama yang berlaku dan diyakini kebenarannya. Hambatan yang akan mungkin dirasakan adalah kenyataan beragamnya budaya dan perbedaan keyakinan dari masing-masing

anggota organisasi, yang sangat memungkinkan untuk terjadinya konflik. Pada akhirnya muncul kecenderungan-kecenderungan mengatasi konflik dengan menggunakan ancaman atau pemberlakuan aturan yang ketat. Hal ini sesuai dengan pendapat Franz Magnis Suseno (dalam makalah seminar FISIP UNDIP, 2002, 5), Tantangan terbesar dalam menjalankan budaya demokrasi adalah kenyataan pluralisme. Selanjutnya dinyatakan kecenderungan-kecenderungan pluralis dan konflik antara kelompok-kelompok dalam masyarakat dapat ditutup-tutupi dengan ancaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hapsin Abu, *Strategi Pengembangan Etika dan Budaya Politik yang Kondusif untuk Mewujudkan Demokrasi dan Kesejahteraan Rakyat*, Makalah dalam Seminar Nasional FISIP UNDIP, 2002.
- Budi Purnomo Aloys, Pr, *Spiritualitas Bisnis*, dalam Majalah Bulanan Kristiani Inspirasi, 2006.
- Magnis Franz Suseno SJ, *Etika Politik dan Budaya Demokratis*, Makalah dalam Seminar Nasional, FISIP UNDIP, 2002
- Sastrawijaya Louis, A, *100% Bisnis, 100% Iman*, dalam Majalah Bulanan Kristiani Inspirasi, 2006
- Muslich, *Etika Bisnis Pendekatan Substansi dan Fungsional*, Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta, 1998
- A. Triono Rachmadi, *Budaya Perusahaan dalam Proses Pengimplementasian Perencanaan Strategis*, dalam Majalah Usahawan, 1996
- Robbins, Stephen, P, *Teori Organisasi Struktur, Desain dan Aplikasi*, diterjemahkan Jusuf Udaya Lie, Ec, Arcan, 2000.
- Steers, Richard, M, *Organizational Effectiveness a Behavioral view*, Alih Bahasa Magdalena Jamin, Dra, Erlangga, Jakarta, 1980