

# ETIKA DAN KOMUNIKASI BISNIS

**Membangun Reputasi dan Kepercayaan**



**Paeno, SE., MM.  
Drs. H. Sutrisno, MM.**



# ETIKA DAN KOMUNIKASI BISNIS

## Membangun Reputasi dan Kepercayaan

Buku “ETIKA DAN KOMUNIKASI BISNIS: Membangun Reputasi dan Kepercayaan” adalah panduan komprehensif yang menggali hubungan yang erat antara etika dan komunikasi dalam dunia bisnis. Penulisnya, ahli dalam bidang ini, menjelaskan bagaimana etika dan komunikasi saling terkait dan bagaimana keduanya dapat menjadi fondasi yang kuat untuk membangun reputasi perusahaan dan mendapatkan kepercayaan dari pemangku kepentingan.

Buku ini memulai perjalanannya dengan membahas konsep dasar etika bisnis, menjelaskan prinsip-prinsip moral yang harus dipegang oleh perusahaan untuk menjaga integritas dan kejujuran. Kemudian, buku ini membahas komunikasi bisnis dalam berbagai konteks, mulai dari komunikasi internal hingga eksternal. Pembaca akan diajak untuk memahami bagaimana komunikasi yang efektif dapat membantu perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, karyawan, dan mitra bisnis.

Selain itu, buku ini menjelaskan pentingnya memahami kepentingan pemangku kepentingan dalam bisnis dan bagaimana etika dan komunikasi berperan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pembaca akan diberikan wawasan tentang bagaimana membangun citra positif dan reputasi yang baik di mata masyarakat serta bagaimana menghindari praktik bisnis yang tidak etis. Buku ini memberikan contoh kasus nyata dan studi kasus untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang topik-topik tersebut. Ini adalah sumber daya yang berharga bagi para profesional bisnis, pemimpin perusahaan, dan siapa pun yang tertarik untuk memahami peran kunci etika dan komunikasi dalam membentuk bisnis yang sukses dan berkelanjutan.



**Penerbit** : CV. AA. RIZKY  
**Alamat** : Jl. Raya Ciruas Petir,  
Puri Citra Blok B2 No. 34 Pipitan  
Kec. Walantaka - Serang Banten  
**E-mail** : aa.rizkypress@gmail.com  
**Website** : www.aarizky.com

---

# **ETIKA DAN KOMUNIKASI BISNIS**

## **Membangun Reputasi dan Kepercayaan**

---

**Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta**  
**Pasal 72**

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

# **ETIKA DAN KOMUNIKASI BISNIS**

Membangun Reputasi dan Kepercayaan

**Paeno, SE., MM.**  
**Drs. H. Sutrisno, MM.**



**PENERBIT:**  
**CV. AA. RIZKY**  
**2023**

# **ETIKA DAN KOMUNIKASI BISNIS**

## Membangun Reputasi dan Kepercayaan

© Penerbit CV. AA RIZKY

**Penulis:**

**Paeno, SE., MM.**  
**Drs. H. Sutrisno, MM.**

Editor: Ibrahim Bali Pamungkas, ST., MM., M.Kom.

**Desain Cover & Tata Letak:**

Tim Kreasi CV. AA. Rizky

Cetakan Pertama, Oktober 2023

**Penerbit:**

**CV. AA. RIZKY**

Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34  
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183

Hp. 0819-06050622, Website : [www.aarizky.com](http://www.aarizky.com)

*E-mail: aa.rizkypress@gmail.com*

**Anggota IKAPI**

**No. 035/BANTEN/2019**

**ISBN :** .....

x + 184 hlm, 23 cm x 15,5 cm

Copyright © 2023 CV. AA. RIZKY

**Hak cipta dilindungi undang-undang**

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

# Prakata

---

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan penulisan buku ini dengan judul “Etika dan Komunikasi Bisnis: Membangun Reputasi dan Kepercayaan”. Buku ini adalah sebuah karya yang mendalam dan relevan dalam dunia bisnis kontemporer. Dalam era di mana informasi bergerak cepat dan persaingan semakin ketat, etika dan komunikasi bisnis menjadi fondasi utama yang tidak dapat diabaikan.

Dalam buku ini, pembaca akan dibawa dalam perjalanan yang memadukan prinsip-prinsip etika dengan strategi komunikasi yang efektif. Buku ini menggali berbagai aspek etika bisnis yang membentuk landasan kuat untuk membangun reputasi yang solid dan memenangkan kepercayaan pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat umum. Dari praktik-praktik etis dalam pengambilan keputusan bisnis hingga pengelolaan krisis komunikasi, pembaca akan menemukan panduan yang praktis dan inspiratif.

Penulis telah menyusun materi ini dengan penuh perhatian. tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga memuat contoh kasus nyata yang mengilustrasikan berbagai tantangan dan keberhasilan dalam menerapkan etika dan komunikasi bisnis. kami berharap buku ini akan menjadi sumber daya berharga bagi para pemimpin bisnis, profesional, mahasiswa, dan siapa pun yang tertarik untuk memahami bagaimana etika dan komunikasi dapat membentuk masa depan bisnis yang berkelanjutan.

Kami menyadari bahwa penulisan buku ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat kekurangan-kekurangan yang tidak terhindarkan. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun terciptanya karya yang lebih

baik. Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini.

Selamat membaca dan semoga buku ini menginspirasi untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya sukses secara finansial, tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat dan dunia.

Tangerang, Oktober 2023

Penulis,

# Daftar Isi

PRAKATA .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB 1 BISNIS .....	1
A. Pengertian dan Tujuan Bisnis .....	1
B. Fungsi Bisnis .....	8
C. Bisnis Sebagai Profesi .....	17
D. Jenis-jenis Bisnis .....	20
BAB 2 MEMAHAMI ETIKA DAN KOMUNIKASI BISNIS .....	25
A. Pendahuluan .....	25
B. Pengertian Norma dan Etika .....	29
C. Pengertian Komunikasi .....	34
D. Peran Norma dan Etika dalam Bisnis .....	38
E. Peran Komunikasi dalam Bisnis .....	40
BAB 3 PROSES PERENCANAAN DAN PENGOR- GANISASIAN KOMUNIKASI BISNIS .....	41
A. Sistem Komunikasi .....	41
B. Hambatan Komunikasi Bisnis .....	43
C. Dampak <i>Information and Communication Technology</i> (ICT) dalam Komunikasi .....	48
D. Pemahaman Perencanaan Pesan Bisnis .....	49
E. Analisis <i>Audiens</i> .....	52
F. Penentuan Ide Pokok .....	53
BAB 4 PRINSIP ETIKA DALAM BISNIS DAN LINGKUNGAN .....	57
A. Pendahuluan .....	57
B. Prinsip Etika dalam Bisnis .....	59
C. Lingkungan Perusahaan .....	63
D. Prinsip Etika dalam Lingkungan .....	67
BAB 5 MODEL ETIKA DALAM BISNIS .....	71
A. Pendahuluan .....	71

	B. Sumber Nilai Etika .....	75
	C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Manajerial .....	78
	D. Tantangan Etika Bisnis di Masa Depan .....	80
BAB 6	NORMA DAN ETIKA BISNIS .....	83
	A. Norma dan Etika Bisnis dalam Pemasaran .....	83
	B. Norma dan Etika Bisnis dalam Produksi .....	86
	C. Norma dan Etika Bisnis dalam Manajemen Sumber Daya Manusia .....	88
	D. Norma dan Etika Bisnis dalam Finansial .....	91
BAB 7	ETIKA PROFESI DAN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI .....	95
	A. Pengertian Profesi .....	95
	B. Prinsip-prinsip Etika Profesi .....	100
	C. Pola Komunikasi .....	103
	D. Cara Mengelola Komunikasi.....	110
	E. Komunikasi antar pribadi .....	114
	F. Meningkatkan Keterampilan dalam Organisasi ..	115
BAB 8	BUDAYA ORGANISASI DAN PERUSAHAAN..	117
	A. Pengertian Budaya Organisasi .....	117
	B. Pengertian Perusahaan .....	120
	C. Hubungan Budaya Organisasi dan Etika.....	124
	D. Kendala Bisnis dan Solusinya .....	126
BAB 9	KOMUNIKASI DALAM BISNIS .....	135
	A. Pedahuluan .....	135
	B. Dasar Komunikasi .....	139
	C. Peranan Komunikasi dalam Dunia Bisnis.....	144
	D. Jenis-jenis Komunikasi .....	147
BAB 10	TEKNOLOGI INFORMASI DALAM KOMUNIKASI BISNIS .....	151
	A. Pengenalan Teknologi Informasi dalam Komunikasi Bisnis .....	151
	B. Jenis-jenis Teknologi Informasi dalam Komunikasi Bisnis .....	154
	C. Manfaat Teknologi Informasi dalam Komunikasi Bisnis .....	158
	D. Tantangan dalam Menggunakan Teknologi Informasi dalam Komunikasi Bisnis .....	161

BAB 11 KOMUNIKASI LISAN DAN KOMUNIKASI DALAM TULISAN .....	163
A. Pengertian Komunikasi Lisan dan Komunikasi dalam Tulisan .....	163
B. Perbedaan Komunikasi Lisan dan Komunikasi dalam Tulisan .....	166
C. Kelebihan dan Kekurangan Komunikasi Lisan...	168
D. Kelebihan dan Kekurangan Komunikasi dalam Tulisan .....	171
E. Teknik Komunikasi Lisan dan Komunikasi dalam Tulisan yang Efektif .....	173
DAFTAR PUSTAKA .....	177
TENTANG PENULIS.....	183

# Daftar Gambar

---

Gambar 7.1 Model Komunikasi Aristoteles .....	105
Gambar 7.2 Lasswell Model.....	106
Gambar 7.3 Model Shannon dan Weaver.....	108
Gambar 7.4 Model Komunikasi Sirkular Osgood dan Schramm.....	109
Gambar 7.5 Tiga Jaringan Komunikasi Kecil .....	114