



+62 878-9658-6407

087896586407

<https://dinastirev.org/JIMT>editor@dinastirev.org

BUSSINESS ETHIC McDONALD'S

Rama Putra Sri Murdaniel

Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: 02/12/2019

Revised: 11/12/2019

Issued: 31/12/2019

(filled in by Editor)

Corresponding Author:

Putri

E-mail: ramapsm19@gmail.com



DOI:10.31933/JIMT

Abstrak: Tujuan pembuatan artikel ini adalah memberikan informasi terhadap karyawan terhadap etika bisnis, implementasi etika dan nilai budaya yang berlaku di McDonald's. Data diperoleh melalui penelitian kualitatif adalah jenis penelitian ilmu sosial yang mengumpulkan dan bekerja dengan data non- numerik dan menafsirkan makna dari data ini sehingga dapat membantu kita memahami kehidupan sosial melalui studi populasi atau tempat yang ditargetkan. Hasil artikel ini menunjukkan bahwa memiliki standar perilaku bisnis dimana ini disampaikan sebagai panduan untuk tanggung jawab etika dan hukum berbagi sebagai anggota keluarga McDonald. Standar Perilaku Bisnis memberi kita bimbingan dan mengarahkan karyawan McDonald's. Selain itu, melalui penerepan standar bisnis etik, karyawan McDonald's harus memiliki informasi nilai perusahaan, bagaimana peran karyawan dalam melindungi asset perusahaan, apakah yang harus dilakukan jika karyawan melakukan kegiatan pekerjaan terhadap kepentingan perusahaan, karyawan wajib mengetahui cara berkomunikasi dengan orang lain. Sementara dampak dari nilai-nilai budaya lokal pada perilaku etis relatif harus disesuaikan dengan strategi dan kebijakan bisnis ditetapkan dari kantor pusat. Oleh karena itu, pengetahuan dan pemahaman tentang etika bisnis karyawan perlu ditingkatkan, serta ketersediaan buku pedoman etika untuk penerapan etika bisnis agar mudah direalisasikan, dan nilai-nilai budaya lokal perlu diintegrasikan dengan praktik bisnis organisasi.

Kata Kunci : Bussiness Ethic

PENDAHULUAN

McDonald adalah pemimpin dunia dalam Quick Service Restaurant (QSR). Kehadiran McDonald's di lebih 100 negara dengan lebih 30.000 restoran yang melayani lebih dari 58 juta pelanggan setiap harinya mengagungkan posisinya sebagai pemimpin dunia dan sebagai raksasa makanan cepat saji. Jaringan besar ini tidak mudah mengelola di mana harapan tamu adalah makanan bersih, higienis, enak dan cepat setiap saat.

Restoran siap saji McDonald dimulai di tahun 1940 dengan dibukanya sebuah restoran oleh Dick dan Mac McDonald, di San Bernardino, California. Mereka

memperkenalkan “Speedee Service System” pada tahun 1948, yang kemudian menjadi prinsip dasar restoran siap saji modern. Maskot awal McDonald’s, yang bernama Speede, adalah seorang pria dengan kepala berbentuk hamburger yang menggunakan topi koki. Speede kemudian digantikan oleh Ronald McDonald di tahun 1963. McDonald’s saat ini tidak menjadikan tahun 1940 sebagai tahun kelahiran restoran McDonald’s. Mereka memilih 15 April 1955, ketika Ray Kroc membeli lisensi waralaba McDonald’s dari Dick dan Mac di Des Plaines, Illinois, sebagai hari kelahirannya. Kroc kemudian membeli saham dari McDonald’s bersaudara dan memimpin perusahaan ini melakukan ekspansi ke seluruh dunia. Saham McDonald’s mulai dijual kepada publik tahun 1965. Lambang McDonald’s adalah dua busur berwarna kuning yang biasanya dipajang di luar rumah-rumah makan mereka dan dapat segera dikenali oleh masyarakat luas.

Di Indonesia McDonald’s sendiri berdiri pertama kali tanggal 23 Februari 1991 terletak di Sarinah, Jakarta. Berbeda dengan McDonald’s yang berada di negara lain, di Indonesia McDonald’s menjual serta ayam goreng beserta nasi di restoran-restoran mereka. Hal itu disebabkan karena makanan pokok bangsa Indonesia yang sebagian besar mengkonsumsi nasi sebagai makanan pokoknya. McDonald’s Indonesia di tahun 2019 ini telah hadir di 19 propinsi dan sudah berada di 40 kota atau area dengan total restoran sudah mencapai 206 restoran. Jumlah ini akan terus bertambah, mengingat bahwa McDonald’s Indonesia mempunyai target pada tahun 2025 akan mencapai 500 restoran.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Etika Bisnis

Etika secara harafiah berasal dari kata Yunani *ethos* atau arti jamaknya *ta etha* yang berarti adat kebiasaan yang baik. Adat kebiasaan yang baik ini lalu menjadi sistem nilai yang berfungsi sebagai pedoman dan tolak ukur tingkah laku yang baik dan buruk (Devine, 1997). Pengertian ini sama dengan pengertian moralitas, di mana moralitas berasal dari kata latin *mos* dalam bentuk jamak *mores* dengan arti adat istiadat atau kebiasaan.

Secara harafiah pengertian etika dan moralitas sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang ajek dan terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan (Keraf, 1998).

Etika memiliki beragam makna yang berbeda, tetapi secara garis besar terdapat dua makna etika yaitu: 1) Prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok; 2) Kajian moralitas, (Velasquez, 2005). Etika memberikan panduan bagi manusia untuk bertingkah laku sesuai dengan nilai-nilai moralitas seperti benar dan salah atau baik dan jahat. Etika berhubungan dengan filsafat moral atau etika normatif. Sebagai penyelidikan normatif dan bukan sebagai ilmu murni yang deskriptif, dimana ia tidak memberikan pilihan-pilihan yang netral dari praktek moral yang ada, tetapi mengatur pokok persoalannya dalam suatu kerangka penilaian yang tegas. Tujuannya adalah mempelajari perilaku, baik moral maupun immoral, dengan tujuan membuat pertimbangan yang cukup beralasan dan akhirnya sampai pada rekomendasi yang memadai. (Pratley, 1997)

Pengertian Budaya Perusahaan

Menurut Agus Ariyanto budaya perusahaan dapat dikatakan sebagai kombinasi ide, adat istiadat, praktik tradisional, nilai-nilai perusahaan dan artian bersama yang membantu

mendefinikan perilaku normal bagi setiap orang yang bekerja di suatu perusahaan. (2011:40). Budaya perusahaan biasanya dimulai dari tindakan dan nilai-nilai dari sang pemimpin perusahaan yang dalam kenyataannya banya pemimpin perusahaan itu adalah pemilik atau pendiri perusahaan. Tindakan dan nilai-nilai tadi tanpa disadari oleh sang pemimpin diikuti dan dilaksanakan oleh para pengikut yaitu pegawai-pegawai dan akhirnya membudaya dengan sendirinya. Budaya perusahaan merupakan nilai dan norma yang dianut bersama yang menjadi dasar bertindak seorang individu dalam organisasi. Budaya perusahaan inilah yang menyebabkan mengapa suatu strategi dapat diimplementasikan pada suatu perusahaan sedangkan gagal pada perusahaan yang lain.

Budaya perusahaan merupakan nilai dan norma yang dianut bersama yang menjadi dasar bertindak seorang individu dalam organisasi. Budaya perusahaan inilah yang menyebabkan mengapa suatu strategi dapat diimplementasikan pada suatu perusahaan sedangkan gagal pada perusahaan yang lain.

Jadi dengan bahasa yang sederhana budaya perusahaan itu adalah penerapan nilai- nilai yang telah menjadi kebiasaan yang baik dalam perusahaan misalnya bagaimana seorang pelayan toko melayani pembeli dengan sebaik-baiknya (ramah, senyum, sapa, salam) di bidang perbankan, bagaimana seorang front liner melayani nasabahnya dengan baik atau bagaimana seorang analis kredit melakukan penilaian kredit yang akan diberikannya sesuai prosedur dan masih banyak lagi.

METODE PENELITIAN

Metode ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan mencari literatur-literatur yang berhubungan dengan bisnis etik melalui buku, jurnal, dan artikel. Pengumpulan informasi dilakukan secara langsung melalui data sekunder; dan berbagai referensi yang berkaitan dengan etika bisnis sebagai studi pustaka. Selain itu, artikel ini dibuat dengan mengumpulkan dan bekerja dengan data non-numerik dan yang berupaya menafsirkan makna dari data ini sehingga dapat membantu dalam memahami kehidupan sosial melalui studi populasi atau tempat yang ditargetkan. Setelah informasi dikumpulkan dan dianalisis, dideskripsikan dan dibahas, kemudian disusun laporan yang diharapkan merupakan gambaran yang cukup komprehensif dari Business Ethic McDonald's

HASIL DAN PEMBAHASAN

McDonald's Value

McDonald's adalah perusahaan yang yang sangat memperhatikan nilai-nilai dalam setiap aktivitasnya. Nilai-nilai ini juga yang mendukung ketercapaian visi & misi McDonad's. McDonald's menempatkan pengalaman pelanggan di inti dari semua yang kita lakukan. Pelanggan yang datang ke McDonald's merupakan alasan keberadaan. McDonald's menunjukkan penghargaan kepada pelanggan dengan menyediakan makanan berkualitas tinggi dan layanan yang unggul, dalam, lingkungan yang bersih menyambut, di nilai yang besar. Tujuan McDonald's adalah QSC & V untuk masing-masing dan setiap pelanggan setiap waktu.

1. McDonald's menempatkan pengalaman pelanggan di inti dari semua yang kita lakukan

Pelanggan kami adalah alasan keberadaan kita. Kami menunjukkan penghargaan kami dengan menyediakan makanan berkualitas tinggi dan layanan yang unggul, dalam,

lingkungan yang bersih menyambut, di nilai yang besar. Tujuan kami adalah QSC & V untuk masing-masing dan setiap pelanggan, setiap waktu.

2. Kami berkomitmen untuk orang-orang kita

Kami menyediakan kesempatan, memelihara bakat, mengembangkan para pemimpin dan menghargai prestasi. Kami percaya bahwa tim individu yang terlatih dengan latar belakang dan pengalaman, bekerja sama dalam lingkungan yang menumbuhkan rasa hormat dan mendorong tingkat tinggi keterlibatan, adalah penting untuk kesuksesan kami.

3. Kami percaya pada Sistem McDonald

Model bisnis McDonald, digambarkan oleh “bangku berkaki tiga” dari pemilik / operator, pemasok, dan karyawan perusahaan, adalah yayasan kami, dan keseimbangan kepentingan antara ketiga kelompok adalah kunci.

4. Kami menjalankan bisnis kami etis

Etika suara adalah bisnis yang baik. Di McDonald kita menahan diri dan melakukan bisnis kita dengan standar yang tinggi keadilan, kejujuran, dan integritas. Kami bertanggung jawab secara individu dan kolektif bertanggung jawab.

5. Kami memberikan kembali kepada masyarakat kita

Kami menganggap serius tanggung jawab yang datang dengan menjadi seorang pemimpin. Kami membantu pelanggan kami membangun komunitas yang lebih baik, mendukung RMHC, dan meningkatkan ukuran kami, ruang lingkup dan sumber daya untuk membantu membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik.

6. Kami mengembangkan bisnis kami menguntungkan

McDonald adalah sebuah perusahaan publik yang diperdagangkan. Dengan demikian, kita bekerja untuk memberikan pertumbuhan yang menguntungkan berkelanjutan bagi pemegang saham kami. Hal ini membutuhkan fokus melanjutkan pelanggan kami dan kesehatan sistem kami.

7. McDonald's senantiasa bekerja keras untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Inovasi-inovasi yang bersifat kontinyu dibutuhkan untuk bisa beradaptasi terhadap perubahan untuk memenangkan persaingan.

Standard of Business Conduct

Standar Perilaku Bisnis adalah panduan untuk tanggung jawab etika dan hukum kita berbagi sebagai anggota keluarga McDonald. Ini bukan buku aturan lengkap yang membahas semua masalah etika yang mungkin timbul. Ini bukan ringkasan dari semua undang-undang dan kebijakan yang berlaku untuk bisnis McDonald. Hal ini tidak kontrak, dan tidak menggantikan penilaian yang baik. Sebaliknya, Standar Perilaku Bisnis memberi kita bimbingan dan mengarahkan kita ke sumber daya untuk membantu kami membuat keputusan yang tepat.

Standar Perilaku Bisnis berlaku untuk karyawan McDonald Corporation dan anak perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki seluruh dunia. anggota non-karyawan Dewan McDonald Direksi harus mematuhi Kode Etik untuk Dewan Direksi McDonald Corporation . yang diposting dan dipertahankan pada website McDonald di www.mcdonalds.com. Itu standar tidak berlaku untuk pemilik / operator, pemasok atau karyawan mereka. Namun, sebagai anggota Sistem McDonald, kami mengharapkan mereka untuk menjadi sadar akan standar, untuk mengembangkan kebijakan mereka sendiri dan prosedur yang konsisten dengan semangat standar dan untuk sepenuhnya mendukung karyawan kami dalam mematuhi

Standar. Komitmen bersama ini akan membantu memastikan bahwa kami mendapatkan reputasi kami sebagai perusahaan yang melakukan bisnis dengan integritas.

Manajemen McDonald berkomitmen untuk hidup dengan standar perilaku etis yang tinggi. Dewan Direktur McDonald mengawasi komitmen Perusahaan terhadap etika dan kepatuhan dengan standar hukum. Untuk membantu karyawan kami memenuhi Standar kami Perilaku Bisnis, McDonald's memiliki mendirikan Global Compliance Office. Kantor ini bertanggung jawab untuk mengawasi Kepatuhan Perusahaan terhadap Standar-Standar ini dan kebijakan McDonald lainnya.

1. Bisnis Etik dalam Melindungi aset Perusahaan

Semua karyawan McDonald harus menjaga aset Perusahaan, termasuk aset yang paling berharga: merek kami. Salah satu cara kita melindungi merek kami adalah untuk mencegah [penggunaan yang tidak benar dari nama McDonald, merek dagang atau kekayaan intelektual lainnya. Anda bertanggung jawab untuk penggunaan yang tepat dan perlindungan aset Perusahaan, dan harus menggunakannya hanya untuk tujuan bisnis yang sah. Melakukan penilaian yang baik dan tanggung jawab dalam penggunaan aset Perusahaan, dan tidak menyalahgunakan hak istimewa yang karyawan terima dalam posisi karyawan di McDonald. aset perusahaan termasuk aset keuangan, kendaraan, perlengkapan kantor, peralatan, komputer, jaringan, perangkat lunak, telepon dan internet layanan, voice mail dan e-mail.

- Tidak pernah menggunakan komputer atau jaringan Perusahaan dengan cara yang dapat membahayakan keamanan atau integritas informasi atau perangkat lunak Perusahaan.
- Tidak pernah menggunakan komputer atau jaringan Perusahaan untuk mengakses, menerima atau mengirimkan bahan-bahan yang tidak pantas, ilegal atau mungkin melanggar kebijakan kami mengenai kerahasiaan.
- Jangan meminjamkan, meminjam, menyumbangkan, menjual atau membuang barang milik Perusahaan kecuali secara khusus diizinkan oleh petugas yang bertanggung jawab.
- Tidak pernah menggunakan properti Perusahaan, informasi atau posisi untuk keuntungan pribadi.
- Tidak pernah mengambil bagian dalam tindakan apapun yang melibatkan pencurian, penipuan, penggelapan, pemerasan atau penyalahgunaan properti.

2. Bisnis Etik dalam Konflik kepentingan

Masing-masing dari karyawan harus menghindari situasi di mana kepentingan pribadi atau keuangan kita dapat menyebabkan kesetiaan McDonald's untuk dibagi. McDonald's harus menghindari bahkan munculnya konflik kepentingan yang mungkin menyebabkan orang lain meragukan keadilan atau integritas kita. Karyawan bertanggung jawab untuk mengungkapkan konflik aktual atau potensial situasi menarik bagi Compliance Office global, dan mematuhi setiap kondisi ditempatkan pada Anda untuk mengontrol atau menghilangkan konflik. Kondisi tersebut dapat mencakup, misalnya, menghapus Anda dari pengambilan keputusan atas nama McDonald atau memiliki Anda membuang kepentingan luar yang menciptakan konflik.

- Berbisnis dengan Keluarga dan Teman

Konflik kepentingan dapat timbul ketika karyawan memiliki urusan bisnis dengan anggota keluarga atau teman dekat. Anda harus mengungkapkan setiap potensi konflik kepentingan baik atasan Anda dan kantor *compliance global*. Juga, sangat berhati-hati

tentang berbagi informasi dengan saudara atau teman yang bekerja untuk pesaing, atau memiliki kepentingan bisnis di pesaing. Hal yang sama berlaku jika karyawan memiliki keluarga atau teman yang bekerja untuk McDonald pemasok, vendor, penyedia layanan atau pemilik / operator, atau memiliki kepentingan bisnis di perusahaan tersebut.

- Pekerjaan Sampingan dan Pengaturan Bisnis Lain

Semua karyawan memiliki tugas utama untuk mendahulukan kepentingan McDonald. Di luar pekerjaan atau pengaturan bisnis lainnya tidak harus mengganggu kewajiban ini. Sebagai karyawan McDonald, Anda mungkin tidak menerima atau menerima kompensasi dari pemasok atau badan usaha dengan siapa Anda sedang melakukan bisnis atas nama McDonald.

- Hadiah dan Bisnis Hiburan

Kami tidak akan membayar suap atau memberikan sesuatu yang berharga yang dapat mempengaruhi atau tampak mempengaruhi penilaian atau tindakan lain. Kami tidak akan mencari atau menerima suap, sogokan, atau pembayaran yang tidak wajar. Kami melakukan penilaian yang baik dan moderasi dalam memberikan hadiah bisnis atau hiburan. Kami menghormati kebijakan organisasi lain dengan siapa kita melakukan bisnis. Tujuan dari hadiah bisnis dan hiburan dalam pengaturan komersial adalah untuk menciptakan goodwill dan suara hubungan kerja. Berikut ini berlaku untuk karyawan Perusahaan, anggota keluarga dekat dari karyawan Perusahaan, dan agen atau pihak ketiga yang bekerja atas nama Perusahaan:

- Jangan menawarkan, memberi atau menerima hadiah, hiburan atau keuntungan pribadi lainnya jika:
- Tidak konsisten dengan praktik bisnis yang biasa;
- Apakah uang tunai atau setara kas;
- Apakah berlebihan nilai;
- Dapat ditafsirkan sebagai suap atau imbalan; atau
- Melanggar hukum atau peraturan. Jika Anda tidak yakin tentang[

- Investasi luar

Karyawan tidak boleh memiliki suatu kepentingan substansial dalam setiap pesaing McDonald, atau badan usaha yang saat ini melakukan bisnis, atau mencari untuk melakukan bisnis dengan McDonald. Aturan ini berlaku untuk kedua kepemilikan langsung dan tidak langsung. “Bunga Substansial” adalah kepemilikan lebih dari 5% dari total kekayaan bersih dari karyawan dan anggota keluarga dekat, atau lebih besar dari 1% dari efek ekuitas yang luar biasa untuk investasi di perusahaan publik. Mungkin ada pengecualian untuk investasi di reksa dana atau rekening yang dikelola di mana karyawan tidak memilih investasi. Jangan mengambil keuntungan pribadi dari bisnis atau peluang investasi yang ditemukan melalui penggunaan properti, informasi atau posisi. Ini termasuk langsung atau tidak langsung membeli, sewa atau memperoleh hak atas properti atau bahan jika McDonald juga mungkin tertarik dalam mengejar kesempatan.

Akhirnya, tidak membuat investasi pribadi dalam suatu entitas jika investasi tersebut dapat mempengaruhi atau tampaknya mempengaruhi penilaian Anda terhadap keputusan bisnis yang berkaitan dengan perusahaan itu. Jadilah memperhatikan potensi konflik yang mungkin timbul dalam investasi di perusahaan swasta dan publik, dan

peka terhadap masalah insider trading yang mungkin terkait dengan investasi di perusahaan publik.

3. Bisnis Etik dalam Komunikasi Elektronik

Semuanya terkait dengan McDonald e-mail dan sistem komunikasi elektronik lainnya, termasuk semua komunikasi dan informasi yang dibuat, diterima, disimpan atau dikirim pada sistem McDonald, adalah milik Perusahaan. Karyawan e-mail yang dikirim dan diterima melalui komputer Perusahaan, termasuk e-mail dan aktivitas pencarian internet menggunakan penyedia layanan pihak ketiga internet, tunduk untuk mencari dan monitoring, dengan atau tanpa pemberitahuan, terlepas dari apakah sistem Perusahaan diakses dalam atau keluar kantor, atau apakah komunikasi melalui server Perusahaan. Perusahaan secara berkala dan secara acak akan melakukan monitoring penggunaan individu karyawan. Untuk alasan ini, karyawan tidak memiliki hak pribadi untuk privasi dalam setiap materi yang dibuat, diterima, disimpan atau dikirim menggunakan e-mail atau komputer sistem Perusahaan, termasuk melalui penyedia layanan internet pihak ketiga, atau harapan privasi dalam komunikasi tersebut. Selain mematuhi persyaratan ini, semua karyawan harus membaca dan mematuhi Kebijakan Komunikasi Elektronik McDonald, yang tersedia di Access MCD.

4. Bisnis Etik dalam Komunikasi Bisnis

Pemegang Saham mengandalkan McDonald untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat dan untuk membuat keputusan bisnis yang bertanggung jawab berdasarkan catatan yang handal. Semua buku keuangan, catatan dan rekening harus secara akurat mencerminkan transaksi dan kejadian. Mereka juga harus sesuai prinsip akuntansi yang baik yang berlaku umum dan sistem McDonald kontrol internal. Untuk memastikan keakuratan semua catatan McDonald, Anda harus tidak pernah:

- Membuat entri palsu atau tanda terima alter pada laporan pengeluaran;
- Masukkan informasi palsu pada lembar waktu;
- Mengubah atau memalsukan kualitas atau keamanan hasil;
- Mengecilkan atau melebih-lebihkan kewajiban atau aset dikenal;
- Menjaga diungkapkan atau tidak tercatat kewajiban, dana atau “off buku” aset;
- Tidak benar merekam atau gagal untuk merekam item yang harus dibebankan; atau
- Membuat entri yang sengaja menyembunyikan atau menyamarkan sifat sebenarnya dari setiap transaksi.

Hampir semua catatan bisnis, termasuk e-mail dan catatan komputer, dapat menjadi subyek pengungkapan publik dalam rangka litigasi atau investigasi pemerintah. Catatan juga sering diperoleh oleh pihak luar atau media. Oleh karena itu, Anda harus jelas, ringkas, jujur dan akurat saat merekam informasi. Hindari berlebihan, bahasa yang berwarna-warni, dugaan, kesimpulan hukum, dan karakterisasi menghina orang dan motif mereka.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam artikel ini adalah:

1. Informasi mengenai etika bisnis McDonald's Global menjadi indikator untuk McDonald's seluruh dunia;
2. Implementasi perilaku etis dari karyawan relatif harus sejalan dengan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang etika bisnis;

3. Dampak dari nilai-nilai terhadap perilaku etis karyawan McDonald's harus terlihat karena manajemen sudah memiliki nilai-nilai perusahaan yang menjadi pola panutan seluruh anggota organisasi yang sesuai dengan strategi dan kebijakan yang ditetapkan oleh McDonald's Global.

DAFTAR RUJUKAN

- Belak, J. Duh, M. Mulej, M. and Trukelj, T. 2010. Requisite Holistic Ethics Planning as Pre-Condition for Enterprise Ethical Behavior. *Kybernetes*. Vol.39, No.1, 19-36
- Chandra, R. 1995. *Etika Dunia Bisnis*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Devine, G. 1997. *101 Tanya Jawab Tentang Etika Bisnis*. Obor, Jakarta.
- Griffin, R. W. and Ebert, R. J. 2006. *Business*. Eighth Edition, Prentice Hall, Singapore.
- Hapzi Ali, 2016. Modul BE & GG, Universitas Mercu Buana
- Juliana, Hana., Trisnawati, Tri.,Lutfiah, Anis.,& Pinditya, Ayu (2016). Kiat Manajer Dalam Memajukan Perusahaan McDonald's Menuju Perusahaan Internasional.Academia.edu
- Keraf, S, A 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Kanisius, Yogyakarta.
- McAdams, T. 1986. *Law, Business, and Society*. Business Publications Inc. Plano, Texas.
- Morris, L. dan Wood, G. 2011. A Model of Organizational Ethics Education. *European Business Review*, Vol. 23, No. 3, pp. 274-286
- Paulet, E. 2011. Banking Ethics. *Corporate Governance*, Vol.11, No.3, pp.293-300.
- Pio, R. J., & Tampi, J. R. E. (2018). Persepsi Karyawan Tentang Etika Bisnis (Studi Pada PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi). *JOURNAL OF BUSINESS STUDIES*, 3(1), 32-44.
- Pratley, P. 1997. *The Essence of Business Ethics (Etika Bisnis)*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Poe, J. B. 1996. *American Business Enterprises*. Irwin Home World, Illinois
- Velasques, M. G. 2005. *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*. Penerbit Andi, Yogyakarta.