

E-Learning Business Ethics

BUSINESS ETHICS

THE ETHICS OF CONSUMER PROTECTION AND MARKETING (SESSION 8 & 9)

Pendekatan Pasar untuk Perlindungan Konsumen (Market Approach to Consumer Protection)

- Klaim Konsumen → komoditas yang tidak boleh diamanatkan oleh pemerintah.
- Keamanan harus disediakan melalui pasar, Penjual akan memberikan keamanan jika konsumen permintaan.

Masalah dengan Pendekatan Pasar (Market Approach to Consumer Protection)

Masalah dengan pendekatan pasar menganggap pasar yang kompetitif sempurna tetapi mereka bukan karena :

- Pembeli tidak memiliki informasi yang memadai ketika produk yang kompleks dan informasi adalah mahal dan sulit untuk ditemukan.
- Pembeli sering tidak rasional tentang risiko produk atau probabilitas dan sering tidak konsisten.
- Banyak pasar konsumen adalah monopoli dan oligopoli.


The Contractual Theory

Empat Tugas Moral yang utama :

1. Mematuhi dengan ketentuan-ketentuan kontrak penjualan dan tugas sekunder
2. Mengungkap sifat produk,
3. Menghindari keliru,
4. Menghindari penggunaan paksaan dan tidak semestinya mempengaruhi.

Kualitas Produk (Product Quality)

- Keandalan (Reiability)
→ Keandalan Probabilitas bahwa suatu produk akan berfungsi sebagai konsumen dipimpin untuk mengharapkan bahwa itu akan berfungsi.
- Kehidupan Pelayanan (Service Life)

 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	<p>Elearning BSLC</p> <p>Sylvia 2201750824</p>
--	--

E-Learning Business Ethics

→ Kehidupan pelayanan Periode waktu selama produk akan berfungsi sebagai efektif sebagai konsumen yang menyebabkan berharap untuk fungsi.


- Rawatan (Maintainability)
→ Rawatan Kemudahan yang produk dapat diperbaiki dan disimpan dalam kondisi operasi.
- Keamanan (Safety)
→ Keamanan produk Tingkat risiko yang terkait dengan menggunakan produk.

Tugas Moral untuk Konsumen bawah Kontrak Teori (Moral Duties to Consumers Under Contractual Theory)

- Tugas untuk mematuhi express dan klaim tersirat dari kehandalan, kehidupan pelayanan, pemeliharaan, dan keamanan
- Tugas pengungkapan
- Tugas tidak menggambarkan
- Tugas untuk tidak memaksa.

Masalah dengan Kontraktual Teori (Problems with Contractual Theory)

- Mengasumsikan pembuat produk berhubungan langsung dengan konsumen tetapi mereka tidak, Namun iklan produsen melakukan membentuk semacam janji langsung kepada konsumen.
- Penjual dapat menghapus semua tugas-tugas mereka kepada pembeli dengan mengajak mereka untuk menyetujui penolakan dari tanggung jawab.
- Mengasumsikan konsumen dan penjual bertemu sebagai sederajat, tetapi penjual memiliki pengetahuan lebih sehingga konsumen harus bergantung pada penjual.

 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	Elearning BSLC Sylvia 2201750824
--	--

E-Learning Business Ethics

Due Care Theory


- Pandangan bahwa karena produsen berada dalam posisi yang lebih diuntungkan dan konsumen harus bergantung pada mereka, mereka memiliki kewajiban untuk berhati-hati untuk memastikan bahwa kepentingan konsumen tidak dirugikan oleh produk yang mereka tawarkan mereka.
- Caveat Emptor → let the buyer take care.
- Caveat Vendor → let the seller take care.

Tugas produsen di “Due Care Theory” :

- Kapan merancang produk, penelitian risiko dalam kondisi penggunaan, desain begitu risiko diminimalkan, mengambil kapasitas pengguna ke rekening.
- Di produksi, menggunakan kontrol kualitas yang ketat untuk menghilangkan cacat dan memastikan bahan dan manufaktur tidak menambahkan cacat atau risiko.
- Kapan pemasaran menyediakan pengguna dengan informasi tentang menggunakan produk aman, memperingatkan semua bahaya, tidak pasar untuk mereka yang tidak mampu menghindari risiko.

Masalah dengan “Due Care Theory” :

- Apakah tidak membatasi apa produser harus menghabiskan untuk menghilangkan risiko.
- Apakah tidak menunjukkan siapa yang harus membayar untuk cedera produk yang tidak dapat diramalkan.
- Menempatkan produsen dalam posisi paternalistik memutuskan berapa banyak resiko yang terbaik bagi konsumen.

 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	<p>Elearning BSLC</p> <p>Sylvia 2201750824</p>
--	--

E-Learning Business Ethics

Biaya sosial dari tugas Produsen Untuk Konsumen (Social Costs View of the Manufacturer's Duties to Consumers)


- Produsen harus membayar biaya dari setiap luka yang disebabkan oleh cacat pada produk, bahkan jika produsen dilakukan semua hati dalam merancang, membuat, dan memasarkannya, dan cedera tidak bisa diramalkan.
- Produsen harus menanggung biaya cedera akibat cacat produk terlepas dari kesalahan.
- Klaim produsen harus membayar biaya dari semua cedera yang disebabkan oleh cacat pada produk bahkan jika produsen dilakukan semua hati-hati dan cedera tidak bisa diramalkan.
- Berpendapat cedera produk yang biaya eksternal yang harus diinternalisasikan sebagai biaya membawa produk ke pasar, ini memaksimalkan utilitas dan mendistribusikan biaya lebih adil.

Karakteristik Iklan (Characteristics of Advertising)

- Kelompok sosial yang besar dimaksudkan untuk menginduksi anggota audiens ini untuk membeli produk penjual.
- Commercial iklan Komunikasi antara penjual dan pembeli potensial yang umum ditujukan kepada khalayak massa dan dimaksudkan untuk mendorong anggota audiens ini untuk membeli produk penjual.

Kritik dari Iklan Berdasarkan Pengaruh Sosial :

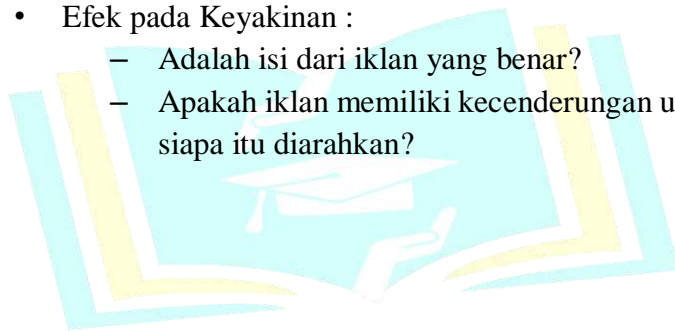
- Merendahkan selera publik
- Menanamkan nilai-nilai materialistik
- Biayanya menjual biaya itu, tidak seperti biaya produksi, tidak menambah utilitas produk dan membuang sumber daya.
- Perusahaan-perusahaan besar untuk membuat loyalitas merek yang membiarkan mereka menjadi monopoli atau oligopoli.

 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	Elearning BSLC Sylvia 2201750824
--	--

E-Learning Business Ethics


Isu Moral Dibesarkan Oleh Iklan :

- Efek sosial:
 - Apa tidak pengiklan berniat efek iklan untuk menjadi?
 - Apa adalah efek sebenarnya dari iklan pada individu dan masyarakat secara keseluruhan?
- Efek pada Desire :
 - Apakah iklan menginformasikan atau apakah itu juga berusaha membujuk?
 - Jika itu adalah persuasif, apakah itu mencoba untuk membuat irasional dan mungkin berbahaya keinginan?
- Efek pada Keyakinan :
 - Adalah isi dari iklan yang benar?
 - Apakah iklan memiliki kecenderungan untuk menyesatkan orang-orang kepada siapa itu diarahkan?



Unit Kegiatan Mahasiswa
BSLC (Learning Community)

BINUS
UNIVERSITY


 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	<p>Elearning BSLC</p> <p>Sylvia 2201750824</p>
--	--

E-Learning Business Ethics

BUSINESS ETHICS IN CORPORATE GOVERNANCE (SESSION 10 & 11)

Sumber Daya Governance (Sources of Governance Power)

- Kekuatan → kemampuan untuk membuat sesuatu terjadi.
- Kekuatan hukum yang fundamental dari papan berasal dari anggota yang telah didelegasikan menjalankan perusahaan untuk direksi mereka.
- Kekuatan ini diperkuat oleh otoritas yang berasal dari konstitusi perusahaan didukung oleh hukum perusahaan.
- Sebuah papan dapat dipengaruhi dalam beberapa cara:
 - Oleh pemegang saham dominan menekan papan
 - Dari ancaman potensial pengambilalihan
 - Dengan prospek litigasi
 - Melalui pengaruh auditor
 - Dari efek undang-undang dan peraturan
 - Dari tekanan media dan nasihat eksternal lainnya
 - Dari risiko kerusakan reputasi pribadi
 - Oleh seorang pemimpin yang dominan atau karismatik
 - Melalui situasi bisnis yang berubah
- Kekuatan Direktur individu juga berasal dari berbagai sumber:
 - kekuatan kepribadian
 - kekuatan pengetahuan
 - listrik sanksi
 - Kekuatan politik
 - kekuasaan Interpersonal
 - daya organisasi
 - kekuatan jaringan
 - kekuatan sosial
 - kekuatan kepemilikan
 - kekuasaan perwakilan


 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	<p>Elearning BSLC</p> <p>Sylvia 2201750824</p>
--	--

E-Learning Business Ethics

Permainan Direksi Putar dan Manipulasi Rapat (Games Directors Play and the Manipulation of Meetings)

Ada beberapa direksi permainan bermain :


- Aliansi (Alliances)
 - Dua atau lebih anggota dewan bersekongkol bersama-sama untuk mempengaruhi keputusan dewan.
- Koalisi dan Cabal (Coalitions and Cabals)
 - kelompok direksi bekerja sama, di dalam dan di luar ruang rapat, untuk membawa hasil yang spesifik untuk keputusan dewan.
- Kronisme (Croyism)
 - Hubungan antara direksi dapat mempengaruhi keputusan atas dasar hubungan pribadi tidak manfaat rasional kasus.
- Berurusan membuat (Deal Making)
 - Perjanjian yang dibuat di luar ruang rapat antara dua atau lebih direktur untuk mencapai hasil yang spesifik pada masalah papan.
- Divide dan Peraturan (Divide and Rule)
 - ketika menjadi isu perdebatan yang sedang dibahas, hasilnya diinginkan oleh salah satu faksi yang lebih mungkin dicapai jika direksi lainnya dapat dibagi menjadi beberapa dis-setuju faksi.
- Empire Building (Empire Building)
 - Biasanya diadopsi oleh dewan manajemen yang melibatkan penyalahgunaan akses istimewa ke informasi, orang, atau sumber daya lain untuk kekuasaan memperoleh atas wilayah organisasi.
- Setengah Kebenaran (Half Truths)
 - Dengan menghadirkan hanya bagian dari informasi pada suatu masalah sebelum dewan, direktur kaleng bias yang tidak bermoral diskusi mendukung / nya memiliki hasil yang lebih disukai.
- Tersembunyi Agenda (Hidden Agendas)
 - Sebuah penawaran direktur individu argumen yang meyakinkan untuk mendukung garis tertentu dalam diskusi papan tanpa menambahkan bahwa hasil

 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	<p>E-Learning BSLC</p> <p>Sylvia 2201750824</p>
--	---

E-Learning Business Ethics

tambahan untuk / nya keuntungan dirinya maka akan timbul - agenda tersembunyi.

- Lobi (Lobbying)
→ Melibatkan upaya untuk mempengaruhi direksi, atau mereka dalam posisi untuk mempengaruhi direksi, biasanya di luar ruang rapat.
- Log Bergulir (Log Rolling)
→ Dua atau lebih direktur berkolusi, untuk saling menguntungkan mereka. Ini adalah tingkat permainan papan klasik.
- Propaganda
→ Penyebaran informasi untuk mendukung penyebab, tanpa mencoba untuk menunjukkan gambaran lengkap.
- Rival Camps
→ kasus ekstrem dari koalisi dan Cabal, mana ada yang menentang faksi di papan.
- Scaremongering
→ digunakan oleh beberapa direksi untuk menekankan risiko downside dalam keputusan dewan, casting keraguan pada situasi tanpa menghadirkan perspektif keseimbangan, sehingga berusaha untuk memiliki proposal ditolak.
- Bersalju (Snowing)
→ melibatkan deluging setiap direktur yang meminta informasi lebih lanjut tentang topik dengan massa data, sehingga membingungkan situasi dan bersembunyi setiap retak.
- Berputar (Spinning)
→ Bentuk game yang dikembangkan di tingkat pemerintah, sengaja menyajikan pandangan yang menyimpang dari seseorang atau situasi, dengan cara yang nikmat bunga pemintal.
- Sponsorship
→ dukungan oleh sutradara kuat untuk sutradara lain, sering seorang direktur yang baru terpilih, biasanya untuk kepentingan bersama mereka.

 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	<p>E-Learning BSLC</p> <p>Sylvia 2201750824</p>
--	---


E-Learning Business Ethics

- Sub-optimasi
→ terjadi ketika direktur mendukung bagian dari organisasi untuk kerugian dari perusahaan secara keseluruhan.
- Window dressing
→ termasuk membuat acara eksternal baik dari prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang sehat dan praktek, sementara kegagalan meminimalkan.



Unit Kegiatan Mahasiswa
BSLC (Learning Community)

BINUS
UNIVERSITY

 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	<p>Elearning BSLC</p> <p>Sylvia 2201750824</p>
--	--

E-Learning Business Ethics

Manipulasi pertemuan (Meeting Manipulation)


Ada sejumlah perangkat yang direksi telah dikenal untuk menggunakan untuk mencapai hasil yang mereka inginkan dalam pertemuan :

- Pengelolaan agenda
- Menantang menit dari pertemuan terakhir pada awal pertemuan berikutnya
- Pembajakan kursi
- Memfokuskan kembali perdebatan
- The 'put-down' melibatkan pengenalan terampil keraguan
- Menyajikan ide dalam konteks orang lain
- Meringkas diskusi
- Pra-menentukan hasil
- Sebuah tantangan, ketika diskusi tampaknya mengalir
- Panggilan untuk kursi bahwa diskusi telah menyimpang dari sudut agenda
- Bisnis lain dalam agenda
- Menyerukan penundaan pembahasan sampai pertemuan berikutnya
- Menyerukan ditutupnya rapat adalah versi lebih berat
- Kurangnya kuorum dapat digunakan untuk menghalangi keputusan
- Pengelolaan menit dapat memberikan kesempatan penting untuk memanipulasi

Unit Kegiatan Mahasiswa
BSLC (Learning Community)

BINUS
UNIVERSITY

GOODLUCK UAS – NYA !

 <p>Unit Kegiatan Mahasiswa BSLC (Learning Community) BINUS UNIVERSITY</p>	<p>Elearning BSLC</p> <p>Sylvia 2201750824</p>
--	--