



**PEMATUHAN ETIKA PERNIAGAAN DAN
AMALAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL
DALAM KALANGAN PENGUSAHA
KIOSK UPSIPRENEUR**



**FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

2019



PENGAKUAN

Saya akui ini ialah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang tiap-tiapnya satunya telah saya jelaskan sumbernya.

Tarikh:

Tandatangan:

Nama Pelajar : Nur Alia Nabilah Binti Kashfi

No. Matrik: D20161074175



PENGHARGAAN

Alhamdulillah dengan IzinNya, tesis ini berjaya disiapkan. Dalam usaha mengumpul bahan-bahan kajian, membangunkan perisian dan dokumentasi, kajian ini telah mendapat bantuan secara langsung dan tidak langsung seperti individu – individu berikut: Dr. Hariaty Bt Abd Wahid –Penyelia tesis yang banyak memberikan tunjuk ajar dan nasihat, penarah- pensayarah dan rakan-rakan sepengajian yang banyak memberi bantuan dan semangat. Tidak lupa kepada kedua ibu bapa saya yang memberi sokongan dan menjadi tulang belakang saya utuk menyiapkan projek taahun akhir ini.





ABSTRAK

Kajian ini bertujuan mengenal pasti hubungan antara tahap pematuhan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial serta untuk mengenal pasti tahap pematuhan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur di Universiti Pendidikan Sultan Idris. Responden bagi kajian ini terdiri daripada 57 orang pengusaha kiosk upsipreneur. Manakala, instrumen yang digunakan adalah berbentuk borang soal selidik ke atas pengusaha kiosk upsipreneur. Data ini dianalisis dengan menggunakan perisian Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 23.0 bagi mendapatkan skor min, sisihan piawai, peratusan dan ujian korelasi. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa secara keseluruhan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pematuhan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur. Namun penyelidikan ini perlu diperhalusi lagi dengan pelbagai kaedah untuk mengenal pasti hubungan bagi etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial dan Pihak EDGE juga perlu melakukan sesuatu bagi memartabatkan kedua-dua budaya ini dalam kalangan pengusaha upsipreneur.





ABSTRACT

This study aimed to identify the relationship between levels of business ethics compliance and social responsibility practices and to identify levels of business ethics compliance and social responsibility practices among upsipreneur kiosk entrepreneurs at Sultan Idris University of Education. The respondents to this study consisted of 57 upsipreneur kiosk entrepreneurs. Meanwhile, the instrument used was a questionnaire form of upsipreneur kiosk entrepreneurs. This data was analyzed using Statistical Package for Social Science (SPSS) version 23.0 software to obtain mean scores, standard deviations, percentages and correlation tests. The results of this study show that overall there is no significant relationship between business ethics compliance and social responsibility practices among upsipreneur kiosk entrepreneurs. However, this research needs to be further refined by various methods for identifying links to business ethics and social responsibility practices and EDGE parties need to do something to foster these two cultures among upsipreneur entrepreneurs.



KANDUNGAN

TAJUK	i
PENGAKUAN	ii
PENGHARGAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KANDUNGAN	vi
SENARAI JADUAL	x
SENARAI RAJAH	xi
SENARAI ISTILAH	xii
SENARAI LAMPIRAN	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Pengenalan	1	
1.2	Latar Belakang Masalah	4	
1.3	Penyataan Masalah	8	
1.4	Objektif Kajian	11	
1.5	Persoalan Kajian	12	
1.6	Hipotesis Kajian	12	
1.7	Kepentingan Kajian	12	
1.8	Batasan Kajian	14	
1.9	Kerangka Kajian	15	
1.10	Kerangka Konseptual	18	
1.11	Definisi Istilah	19	
	1.11.1	Pematuhan	19
	1.11.2	Etika	19

1.11.3	Etika Perniagaan	20
1.11.4	Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR)	21
1.11.5	Pengusaha Kiosk Upsipreneur	21
1.12	Rumusan	22

BAB 2 KAJIAN LITERATUR

2.1	Pengenalan	23
2.2	Definisi dan Konsep	24
2.2.1	Definisi dan Konsep Etika Perniagaan	27
2.2.2	Definisi dan Konsep Tanggungjawab Sosial Korporat	29
2.3	Teori dan Model	29
2.3.1	Teori Etika	29
2.3.2	Teori Kepimpinan Etika	29
2.3.3	Model Pemasaran Umum (Hunt & Vitell)	30
2.3.4	Model Interaksi	31
2.3.5	Teori Pihak Berkepentingan	31
2.3.6	Tiga Fasa Model CSR	32
2.3.7	Model Piramid CSR (Carroll 1991)	33
2.4	Pematuhan Etika	35
2.5	Amalan Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR)	38
2.6	Hubungan antara pematuhan etika perniagaan dan amalan Tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kios	42
2.7	Rumusan	44

BAB 3 METODOLOGI

3.1	Pengenalan	46
3.2	Reka Bentuk Kajian	46

3.3	Populasi dan Persampelan	47
3.4	Instrumen Kajian	49
3.5	Kebolehpercayaan dan Kesahan	51
3.5.1	Kebolehpercayaan soal selidik	51
3.6	Kajian Rintis	53
3.6.1	Borang Soal Selidik	54
3.7	Kaedah Analisis Data	57
3.8	Rumusan	58

BAB 4 ANALISIS DATA 59

4.1	Pengenalan	60
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	65
4.2.1	Profil Responden	
4.2.2	Statistik Deskriptif Responden Kajian	
4.3	Analisis Statistik Min dan Sisihan Piawai Etika Perniagaan	66
4.3.1	Etika Integriti dalam Perniagaan	67
4.3.2	Etika Akauntabiliti dalam Perniagaan	68
4.3.3	Etika Ketulusan dalam Perniagaan	69
4.4	Analisis Statistik Min dan Sisihan Piawai Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR)	70
4.5	Hubungan antara Pematuhan Etika Perniagaan dan Amalan Tanggungjawab sosial dalam kalangan Pengusaha Kiosk	71
4.6	Kesimpulan	72

BAB 5 PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN 74

5.1	Pengenalan	74
-----	------------	----

5.2	Ringkasan Kajian	74
5.3	Perbincangan mengikut Persoalan Kajian	75
5.3.1	Persoalan Kajian	75
5.4	Implikasi Dapatan Kajian	77
5.5	Cadangan Kajian Masa Hadapan	79
5.6	Rumusan	80
	RUJUKAN	81
	LAMPIRAN	109

SENARAI JADUAL

- 3.1 Jadual Penentuan Saiz Sampel Krejcie Dan Morgan (1970)
- 3.2 Skala Interpretasi Skor Min
- 3.3 Skala Interpretasi Skor Korelasi
- 3.4 Statistik Realibiti Pematuhan Etika Perniagaan
- 3.5 Skor Alfa Cronbach untuk Elemen Etika Perniagaan
- 3.6 Statistik Realibiti Amalan Tanggungjawab Sosial Korporat
- 3.7 Skor Alfa Cronbach untuk Elemen Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR)
- 3.8 Statistik Reabiliti Etika Perniagaan dan Amalan Tanggungjawab Sosial
- 3.9 Keputusan Skor Alfa Cronbach Sebenar untuk Elemen Etika Perniagaan
- 3.10 Keputusan Skor Alfa Cronbach Sebenar untuk Elemen Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR)
- 4.1 Bil dan Peratusan Responden Berdasarkan Jantina
- 4.2 Bil dan Peratusan Responden Mengikut Umur
- 4.3 Bil dan Peratusan Responden Mengikut Bangsa
- 4.4 Bil dan Peratusan Responden Berpuas Hati dengan Kadar pendapatan dan pekerjaan mereka
- 4.5 Bil dan Peratusan Responden yang melakukan kerja sampingan lain
- 4.6 Bil dan Peratusan Responden terhadap faktor mendorong melakukan kerja sampingan
- 4.7 Bil dan Peratusan Responden yang boleh membahagikan masa bekerja dan Belajar dengan baik
- 4.8 Analisis Min dan Sisihan Piawai Pematuhan Etika Perniagaan
- 4.9 Analisis Min dan Sisihan Piawai Amalan Tanggungjawab Sosial
- 4.10 Analisis Korelasi Hubungan Antara Pematuhan Etika dan Amalan Tanggungjawab Sosial



SENARAI RAJAH

- 1.1 Kerangka Kajian Teori Etika
- 1.2 Kontemporari Etika Perniagaan
- 1.3 Kerangka Konseptual
- 2.1 Tiga Fasa Model Tanggungjawab Sosial Korporat
- 2.2 Model Piramid CSR (Carroll 1991)





SENARAI ISTILAH

CPI	<i>Consumer Price Index</i>
CSR	Tanggungjawab Sosial Korporat
EDGE	Entrepreneurial Development & Graduate Employing Centre
IPT	- Institusi Pengajian Tinggi
JHEPA	Jabatan Hal Ehwal Pelajar dan Alumni
KI	Kemahiran Insaniah
KPDNHEP	Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Hal Ehwal Pengguna
KPDNKK	pendapatan dalam negara
MBJB	Majlis Bandaraya Johor Bahru
PKG	Pusat Kebolehpasaran Graduan
PKK	Pusat Pembangunan Keusahawanan
PPPM	Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia
PTPK	Pusat Transformasi Pelajar & Komuniti
SPSS	- <i>Statistik Package For The Sosial Science</i>
SSM	Suruhanjaya Syarikat Malaysia
SST	<i>Sales and Service Tax</i>
SWOT	Strength, Weakness, Opportunities & Threat
UPSI	Universiti Pendidikan Sultan Idris





SENARAI LAMPIRAN

Soal Selidik Kajian Sebenar

Hasil Keputusan Rintis Alpha Cronbach

Analisis Data Keseluruhan Kajian



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Dalam usaha mewujudkan ekosistem keusahawanan, Malaysia hari ini berada pada sebuah landasan yang terbaik dan semakin dikenali sebagai sebuah negara yang ingin mencapai sasaran maju dalam berpendapatan tinggi, inklusif dan berpaksikan inovasi tersendiri. Dalam amanat bekas Menteri Pendidikan Tinggi, Dato' Seri Idris Jusoh (2016) menyatakan bahawa untuk membangunkan masyarakat dan ekonomi negara penekanan perlu diberikan dalam melahirkan golongan usahawan dan menggalakkan keusahawanan di sesebuah negara amatlah penting amnya dikalangan masyarakat dan di kalangan pelajar secara khususnya bagi mencapai aspirasi ini. Walaupun begitu, penekanan ini bukanlah untuk melahirkan usahawan yang mementingkan keuntungan semata-mata, namun melahirkan usahawan yang penuh beretika dalam perniagaannya dan mengamalkan nilai sosial yang baik terhadap komuniti.

Matlamat ini bertepatan dengan Rancangan Malaysia Ke-11 (2016), yang menginginkan pembangunan modal insan melalui aktiviti keusahawanan bagi menyokong peralihan sektor-sektor ekonomi kepada aktiviti berintensif pengetahuan dan inovasi. Sehubungan itu selaras dengan Lonjakan 1, Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia 2015-2025 (Pendidikan Tinggi) atau PPPM (PT), Kementerian Pendidikan Tinggi telah membangunkan Pelan Tindakan Keusahawanan Institusi Pendidikan Tinggi 2016-2020 bagi memupuk minda keusahawanan ke dalam seluruh sistem pendidikan tinggi agar dapat melahirkan graduan yang holistik, berciri



keusahawanan, mampu bertindak sebagai penjana pekerjaan (job creator), dan memastikan kadar kebolehgraduan mereka meningkat dari semasa ke semasa.

Justeru, kesemua Institusi Pendidikan Tinggi (IPT) tempatan mestilah berkolaborasi bersama dan bersikap proaktif dalam mengekalkan keusahawanan yang merentasi kurikulum supaya kita berupaya memenuhi wawasan yang ingin dicapai. Oleh kerana itu, kebanyakan IPT awam tidak terkecuali Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI) kini berlumba-lumba mewujudkan program keusahawanan melalui pelan perniagaan yang dihasilkan melalui kerjasama antara pelajar, pensyarah, industri dan kumpulan sasaran di bawah program keusahawanan sosial untuk membantu pelajar menambah pendapatan sendiri di samping mereka belajar. Ini merupakan suatu peluang dan platform yang tersedia bagi para pelajar untuk memupuk ciri-ciri keusahawanan, menubuhkan perniagaan sendiri dan menjadi usahawan yang sebenar selepas bergraduat kelak.

Berbalik kepada topik kajian, pengkaji akan menghuraikan dan menganalisis bagaimana tahap pematuhan etika dan amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur berkait. Menurut Timbalan Naib Canselor Hal Ehwal Pelajar dan Alumni iaitu Prof Madya Dr. Md Amin Md Taff (2019), UPSI bukan sahaja menyediakan makanan, malah bersikap proaktif menyediakan bantuan kewangan, pakaian dan peralatan diperlukan kepada pelajar yang kurang berkemampuan. Pelbagai kategori bantuan kebajikan pelajar dilaksanakan seperti memberi kupon makanan RM 5 yang disediakan di Pusat Pelajar dan di Pusat Islam lebih daripada kuota 100 kupon sehari, makanan dan minuman percuma dalam Freezer di Kompleks Bitarasiswa, program sedekah makanan percuma secara berkara anjuran kolej kediaman dan 10 buah fakulti.

Tambahan lagi beliau berkata bagi membantu mahasiswa menjana pendapatan sampingan, bantuan keusahawanan menerusi Skim Pinjaman Start Up Perniagaan (U-START) serta Foodcart iaitu dua gerai bergerak makanan telah ditaja bagi pelajar UPSI yang ingin berniaga. Selain daripada itu, Pusat Pembangunan Keusahawanan (PPK) UPSI turut menyediakan kuota khas terutama bagi golongan asnaf untuk berniaga di Bazaar UPSI dan kawasan perniagaan bagi pelajar yang memerlukan





kiosk keusahawanan. Dengan program - program seperti ini kita dapat melihat bahawa Universiti Pendidikan Sultan Idris sangat menjaga kebajikan pelajar yang memerlukan kerana telah melaksanakan amalan tanggungjawab sosial dan tidak mementingkan keuntungan semata-mata dalam menyediakan peluang perniagaan kepada pelajar. Namun begitu dengan kemudahan yang telah disediakan, sangat penting bagi kita untuk mengetahui tahap pengusaha - pengusaha kiosk upsipreneur ini mengamalkan etika perniagaan seperti yang diterapkan di dalam program keusahawanan.

Pada asasnya, sesebuah organisasi perniagaan bermula dengan dua perkara iaitu pembinaan sebuah carta organisasi yang berfungsi menunjukkan struktur organisasi yang wujud dan penetapan bagi visi, misi dan objektif yang sesuai mengikut apa yang ingin dicapai oleh organisasi. Setiap organisasi yang diwujudkan di dalam dunia ini pasti akan berhadapan dengan pelbagai bentuk ancaman sama ada daripada aspek dalaman mahupun luaran persekitaran organisasi. Ancaman ini jelas mampu menjejaskan prestasi, produktiviti serta masa hadapan sesebuah organisasi. Rentetan itu, rata-rata ancaman ke atas organisasi berpunca daripada sikap individu-individu dalam organisasi itu sendiri dan seterusnya melibatkan ahli-ahli lain yang merosakkan identiti organisasi. Lazimnya, ancaman yang merupakan salah satu faktor luaran bagi pengaplikasian SWOT ini mempunyai hubungkait yang erat dengan isu pematuhan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial.

Ironinya, pengabaian kedua-dua prinsip telah membuka peluang kepada organisasi untuk berlakunya kejadian yang tidak diingini seperti penyelewengan, rasuah, salah laku dan salah guna kuasa dalam sesebuah organisasi (Jabatan Perkhidmatan Awam Malaysia, 2013) dan ini jelas memberikan kesan yang buruk kepada imej organisasi. Justeru, untuk melangkah ke masa hadapan yang lebih cemerlang, negara kita seharusnya bijak mengurus dan menstabilkan ekonomi negara, mempunyai kakitangan dan masyarakat yang mengamalkan tanggungjawab sosial serta beretika baik. Cabaran besar yang perlu ditangani dalam usaha tersebut ialah pematapan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial dalam sesebuah organisasi. Budaya pematuhan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial yang diamalkan ini adalah selaras dengan cabaran keempat Wawasan 2020 iaitu untuk membentuk sebuah masyarakat yang kukuh ciri-ciri moral dan etika serta para





warganya mempunyai nilai keagamaan dan kerohanian yang utuh berteraskan budi pekerti yang luhur (Megat & Ahmad 2016). Kajian ini dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan edaran borang soal selidik terhadap 60 orang pengusaha kiosk upsipreneur yang aktif berkerja di Universiti Pendidikan Sultan Idris. Selain itu, KPT telah memperkenalkan Dasar Pembangunan Keusahawanan Institusi Pengajian Tinggi pada 13 April 2010 bertujuan untuk menggalak dan memantapkan pembangunan dan pendidikan keusahawanan di Institusi Pendidikan Tinggi (IPT) secara lebih terancang dan holistik bagi:

- (i) Melahirkan insan yang berkualiti dan mempunyai pemikiran, atribut dan nilai keusahawanan;
- (ii) Meningkatkan jumlah lulusan IPT yang menceburi bidang keusahawanan sebagai kerjaya;
- (iii) Membentuk ahli akademik, penyelidik dan pentadbir IPT yang berdaya usaha dan mempunyai minda keusahawanan.



1.2 Latar belakang kajian

Dalam konteks negara kita Malaysia, usahawan yang kini berjaya dan menjadi jutawan pada asalnya bermula daripada perniagaan kecil-kecilan seperti di gerai-gerai, pasar, mini kedai, dan rumah sendiri. Kemudian apabila produk dan perkhidmatan mereka mendapat sambutan dan permintaan yang tinggi maka mereka mengembangkan perniagaan mereka dengan mengambil pekerja-pekerja di bawah mereka. Seterusnya, dengan keuntungan dan modal yang banyak mereka berupaya membuka cawangan dan meluaskan pasaran di seluruh Malaysia. Dengan penglibatan belia-belia muda dalam perniagaan ini sebenarnya mampu menjana pendapatan sendiri, mencipta peluang pekerjaan, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sekaligus menaikkan pendapatan dalam negara (KDNK). Justeru, kecenderungan untuk menjadi usahawan kini dapat menyelesaikan isu pengangguran dalam kalangan golongan muda, meningkatkan tahap sosio ekonomi sesebuah masyarakat dan mengurangkan jurang pendapatan di antara golongan berada dan golongan miskin.





Demi membangunkan pencapaian institusi, Pusat Pembangunan Keusahawanan (PPK) di UPSI telah distrukturkan semula dan dilancarkan pada 1 Mac 2011 di bawah Canselori. Sejarah pusat ini diwujudkan bermula dengan kelulusan penubuhannya pada 4 Ogos 2010 di bawah Fakulti Pengurusan dan Ekonomi. Fungsi khususnya adalah untuk melaksanakan program-program keusahawanan di peringkat Universiti supaya pelajar-pelajar bergiat aktif di dalam bidang keusahawanan dan perniagaan. PPK telah diletakkan di bawah Jabatan Canselori dan melapor terus kepada Naib Canselor. Seterusnya, penubuhan Pusat Kebolehpasaran Graduan (PKG) bermula sebagai satu unit di bawah Pusat Transformasi Pelajar & Komuniti (PTPK) yang bertujuan meningkatkan kebolehpasaran graduan Universiti Pendidikan Sultan Idris sejajar dengan keperluan industri. Pada tahun 2015, Unit Kebolehpasaran Graduan telah dinaiktarafkan kepada Pusat Kebolehpasaran Graduan (PKG). Penukaran ini dilakukan bagi membolehkan PKG memberi penekanan terhadap program-program peningkatan kemahiran dan kebolehpasaran graduan pelajar tahun akhir.



Pada 16 Mei 2017, Pusat Pembangunan Keusahawanan (PPK) dan Pusat Kebolehpasaran Graduan (PKG) telah distrukturkan semula dan digabungkan menjadi Pusat Pembangunan Keusahawanan dan Kebolehpasaran Graduan (EDGE). EDGE adalah singkatan bagi 'Entrepreneurial Development & Graduate Employing Centre' telah diletakkan di bawah pengurusan Jabatan Hal Ehwal Pelajar dan Alumni (JHEPA). Kini pusat lokasi EDGE terletak di Kompleks Bitarasiswa. Kelab EDGE juga terbahagi kepada dua program utama iaitu Enactus dan Agrosis. Antara program dan aktiviti yang pernah dianjurkan oleh EDGE adalah 'Student in Sosial Enterprise' (SISE), GBS, kerjasama bersama Celcom Axiata Berhad. Selain itu, EDGE juga memberi peluang kepada pelajar UPSI yang masih dalam tempoh pengajian untuk mencari pendapatan sampingan dengan penubuhan kedai Preloved, UPSI Shoppe, Kiosk Keusahawanan dan FoodTruck.

Kiosk keusahawanan mempunyai dua jenis prasarana yang disediakan iaitu, kiosk bergerak dan kiosk batu yang terdapat di kampus baru Sultan Azlan Shah dan Kampus Lama. Sebanyak 7 kiosk batu dan 25 kiosk bergerak yang disediakan oleh pihak EGDE kepada pelajar untuk menjalankan perniagaan, pelajar perlu





mengemukakan borang permohonan kepada pejabat am dan Pusat Pembangunan Keusahawanan dan Kebolehpasaran Graduan. Setiap pelajar yang ingin mendaftar sebagai ahli peniaga kiosk mestilah memenuhi beberapa syarat yang perlu dipatuhi iaitu :

- i) Masih di dalam tempoh pengajian
- ii) Terlebih dahulu mendaftarkan perniagaannya kepada Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) dan
- iii) Mengambil suntikan Vaksin Tifoid di klinik- klinik berhampiran sekiranya menjual makanan dan minuman.

Di samping itu, pendidikan seperti etika perniagaan dan pengurusan perniagaan sewajarnya diberikan penekanan kerana ia merupakan mekanisma utama dalam usaha menyematkan pengetahuan yang lebih mendalam serta kemahiran bersosial dengan komuniti. Tujuannya adalah supaya pelajar mampu berfikir seperti seorang usahawan yang bijaksana dalam mengurus dan mengawal organisasi selain bagus dalam berkomunikasi dan menarik minat pelanggan. Kepentingan untuk menggabungkan konsep di antara perniagaan dan pendidikan adalah sesuatu yang mustahak bagi menghasilkan satu kuasa pembangunan insan yang kental, berdaya keusahawanan, holistik dan seimbang daripada segi aspek ilmu dan akhlak.

Secara umumnya perniagaan menurut perspektif Barat adalah menggabungkan tiga aspek penting iaitu tujuan organisasi diwujudkan, strategi dan berikutnya etika kerja. Bermula pada tahun 1970-an, kajian terhadap etika kerja mula diperkenalkan oleh ilmuan Barat. Kesedaran ini mula dicetuskan dengan kebangkitan zaman perindustrian di Eropah apabila para pekerja mula menuntut hak mereka daripada majikan. Etika perniagaan ditakrifkan sebagai satu set peraturan yang mengandungi nilai- nilai, prinsip dan standard yang memandu manusia berkelakuan dalam dunia perniagaan (Ferrel Throne dan Ferrel, 2010). Etika dalam perniagaan bukan lagi sesuatu yang asing kerana dalam dunia Barat, mereka memerlukan suatu perubahan paradigma untuk melestarikan keadilan sosial masyarakatnya. Apabila terlalu mengejar keuntungan sahaja kepahitan pengalaman dari kualiti rendah dan keselamatan yang tidak terjamin sangat memberi kesan yang mendalam kepada





masyarakat Barat. Justeru, akhirnya mereka membuka mata bahawa tanggungjawab sosial juga adalah sebagai satu cara untuk meningkatkan imej organisasi perniagaan.

Tanggungjawab sosial korporat di Malaysia secara rasmi dimulakan oleh beberapa syarikat pada tahun 1970-an. Pada pergantian abad ini, ia berkembang seiring dengan pergerakan CSR di negara-negara Asia yang lain (Ismail, Alias & Mohd Rasdi, 2015). Sebenarnya, bilangan pelaporan syarikat meningkat secara dramatik pada tahun 2006, hampir menggandakan bilangan laporan yang dihasilkan pada tahun-tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini disumbangkan oleh peningkatan penglibatan kerajaan dan pengawalseliaan, meningkatkan kesedaran mengenai kebertanggungjawaban kemampanan di kalangan media tempatan dan masyarakat sivil, dan sektor swasta menjadi lebih terlibat dengan tanggungjawab korporat (Lopez-Rodriguez, S. 2010). Di antara negara-negara ASEAN, Malaysia menunjukkan kemajuan yang luar biasa dalam laporan kemampanan kerana peningkatan keperluan kerajaan dan kawal selia dalam kes ini. Di dalam lima negara ASEAN yang dikaji, Malaysia mempunyai perbezaan dengan jumlah pemberita paling tinggi dengan jumlah empat puluh sembilan syarikat yang menghasilkan sembilan puluh tujuh Laporan Kemampanan sejak lapan tahun lalu (Lopez-Rodriguez, S. 2010).

Kini etika mempunyai tempat yang penting dalam semua bidang kehidupan begitu juga dengan pendidikan yang merupakan suatu proses asas kemajuan kehidupan manusia. Oleh itu, dalam sistem pendidikan Malaysia etika mempunyai peranan dan nilai yang sangat penting dan berkesan. Untuk menjadi manusia yang berakhlak mulia, etika perlu diletakkan sebagai kursus utama dalam sistem pendidikan tidak kira dalam apa jua bidang yang diambil terutamanya bagi pelajar yang mempunyai pendidikan tinggi. Kajian ini, membincangkan mengenai tahap pematuhan etika dan amalan tanggungjawab sosial dalam aspek perniagaan serta menjawab persoalan mengenai resolusi hubungan antara etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur yang di Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI).





1.3 Pernyataan masalah

Kajian terhadap pematuhan etika perniagaan bersama amalan tanggungjawab sosial tidak lagi asing di negara kita dan banyak menimbulkan kontroversi dalam organisasi. Namun, perkara ini dalam perlu diberi perhatian yang sewajarnya khususnya pengusaha kiosk upsipreneur. Kelemahan dalam pematuhan etika dalam perniagaan dan kekurangan menitikberatkan amalan tanggungjawab sosial secara umumnya dikatakan dapat menjejaskan perkembangan serta prestasi sesebuah organisasi.

Berdasarkan laporan statistik utama Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP), aduan tertinggi yang dilapor sehingga bulan Ogos 2019 adalah berkaitan dengan harga iaitu sebanyak 439 aduan. Kemudian diikuti dengan aduan berkenaan transaksi atas talian sebanyak 368 dan perkhidmatan yang mengelirukan yang berjumlah 253 aduan terkumpul. Laporan ini dapat diperkukuhkan dengan berita yang tersebar mengenai sebuah restoran di Shah Alam telah didenda RM 4000 kerana menaikkan harga nasi lemak kepada RM 3.50 daripada harga asalnya yang dijual RM 2.50 sepinggan. Restoran itu juga gagal mengemukakan resit jualan untuk mewajarkan kenaikan itu selepas laporan dibuat kepada KPDNHEP (Berita Harian, 2016)

Seterusnya, jumlah nilai rampasan barang kes dan bilangan kes mengikut akta tahun 2019 yang dilaporkan adalah RM 42, 986 670 dan 9974. Namun bilangan kes sebanyak 7665 dan jumlah kompaun yang telah dibayar pada 2019 adalah RM 20, 010 106. Justeru, masih banyak lagi kes yang belum diselesaikan dan belum membayar kompaun. Nilai-nilai tersebut merupakan satu indikator betapa serius kes pelanggaran etika perniagaan dan undang-undang yang berlaku secara berleluasa di kalangan peniaga di Malaysia. Peniaga yang terlibat dengan aktiviti rampasan barangan, kompaun dan denda bukan sahaja mengalami kerugian peribadi, malah turut memberi implikasi kepada pertumbuhan ekonomi negara.

Tambahan pula kerap terpapar di akhbar-akbar, media sosial dan laman sesawang berkaitan dengan budaya tidak beretika di kalangan peniaga yang boleh





menjejaskan keyakinan pengguna dan sekali gus merencat keuntungan peniaga. Antara contohnya dipaparkan menerusi petikan-petikan di bawah:

Petikan 1:

“Sebarang tindakan memperdaya atau mengelirukan pelanggan dengan menggunakan pelbagai alasan untuk mengaut keuntungan berlebihan adalah di luar norma kod etika perniagaan. Dalam isu kenaikan harga barang tidak keterlaluan jika dikatakan kebanyakan peniaga di Malaysia adalah tidak beretika dalam menjalankan perniagaan. Dalam koteks semasa, walaupun harga minyak sudah turun begitu banyak mengikut harga pasaran, harga barangan masih tidak diturunkan, malah ada barangan yang dinaikkan harganya”.

(Mohd Ayop, 2015)

Petikan 2:

Shah Alam - Seorang pengusaha kantin sekolah yang gagal pamer tanda dikenakan tindakan dan kompaun di bawah Penandaan Harga oleh Penjual Runcit 1993 melalui Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) dalam pemeriksaan yang dijalankan. Menurut Ketua Pegawai KPDNHEP, Azman Adam berkata pengusaha perlu menggunakan pendekatan lain seperti kaedah manual menampal harga memudahkan pelajar semak harga sebelum buat bayaran.

(Sinar Harian, 2019)

Petikan 3:

Kuala Lumpur – Pelaksanaan Cukai Jualan dan Perkhidmatan (SST) terhadap barang asas dan keperluan menimbulkan rasa tidak senang kepada masyarakat setempat kerana pengguna dilihat sudah mula mengeluh dengan kenaikan harga. Seorang suri rumah juga membuat aduan bahawa peniaga kini mengambil kesempatan dengan pelaksanaan SST untuk menaikkan harga barang sedangkan tidak semua barang dikenakan cukai. Kebanyakan aduan daripada tinjauan yang dibuat NSTP mengatakan ramai pengguna tidak berpuas hati apabila barangan kecil seperti keperluan asas dikenakan cukai oleh peniaga.

(Berita Harian, 2018)





Petikan 4:

KPDNKK Kelantan memantau hampir 20 pasar besar di negeri ini yang sengaja menaikkan harga barang keperluan setiap kali musim perayaan. Pengarah KPDNKK negeri, Datuk Abd Ghani berkata pemantauan di pasar yang dilalbelkan ‘hot spot’ itu dilakukan sejak dua bulan lalu dengan menempatkan pegawai yang berpakaian biasa. Bagi peniaga yang gagal mematuhi peraturan di bawah skim ini mereka akan diambil tindakan di Akta Kawalan harga dan Anti Pencatutan 2011.

(Harian Metro, 2017)

Petikan 5:

Kuala Lumpur – Tidak ramai pengguna sedar dan tahu hak mereka dalam isu kepenggunaan. Ketua Setiausaha KPDNHEP, Datuk Muez Abdul Aziz berkata senario tersebut menyebabkan mereka mudah menjadi mangsa kepada peniaga yang tidak bertanggungjawab dan tidak beretika. Tiada tanda harga pada barangan yang dijual, label barang tidak lengkap selain penipuan pada sukatan dan timbangan juga adalah antara insiden yang selalu dihadapi pengguna katanya.

(Sinar Harian, 2019)

Petikan 6:

Majlis Bandaraya Johor Bahru (MBJB) mengeluarkan 50 notis peringatan kepada pemilik kiosk dan premis perniagaan kerana tidak mempunyai lesen dan memperbaharui lesen perniagaan. Tindakan itu dibuat setelah hasil pemeriksaan ke atas 266 premis dan kiosk di dalam sebuah pusat membeli-belah di bandar raya ini dan kebanyakan pengusaha sudah menjalankan operasi perniagaan bagi tempoh yang lama. Berdasarkan pemerhatian, ada juga peniaga yang beroperasi lebih daripada 10 tahun namun masih tiada lesen perniagaan.

(Harian Metro, 2019)

Walaupun tanggungjawab sosial korporat dianggap sebahagian daripada etika perniagaan untuk meningkatkan prestasi dan keuntungan syarikat. Terdapat keperluan bagi perniagaan kini untuk mengaplikasikan tanggungjawab sosial korporat tidak kira





besar atau kecil perniagaan mereka di samping mengelak masalah etika seperti rasuah yang semakin meningkat di Malaysia sejak sedekad yang lalu. Menurut Badan Ketuluan Antarabangsa, laporan “Indeks Persepsi Rasuah” (CPI), Malaysia pernah mencatatkan sejarah indeks rasuah yang terburuk dalam 5 tahun dari 2012 hingga 2017 dari segi integriti dan akauntabiliti dan tadbir urus baik, jika dibandingkan negara Asia lain seperti Singapura dan Brunei yang menunjukkan penambahbaikan yang memberangsangkan.

Didapati bahawa kebanyakan para penyelidik tidak dapat membezakan definisi dan sikap terhadap etika perniagaan dan CSR, terutama dalam pembangunan skala untuk mengukur kedua-dua konstruk ini. Maklumat dalam komuniti akademik juga masih tidak ada resolusi yang jelas tentang hubungan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial korporat (CSR) yang terkini. Justeru, dengan permasalahan dan kekangan yang wujud membuatkan pengkaji tergerak hati untuk membuat penyelidikan terhadap topik ini.



1.4 Objektif kajian

Merujuk kepada permasalahan kajian yang telah dinyatakan sebelum ini, terdapat tiga objektif kajian yang digariskan seperti yang dinyatakan di bawah:

1. Mengetahui tahap pematuhan etika perniagaan dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur.
2. Mengetahui tahap amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur.
3. Mengetahui hubungan antara tahap pematuhan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur.



1.5 Persoalan kajian

Berikut merupakan persoalan kajian untuk memenuhi objektif kajian yang dinyatakan:

1. Apakah tahap pematuhan etika perniagaan dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur?
2. Apakah tahap amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur?
3. Adakah wujud hubungan yang signifikan antara pematuhan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur?

1.6 Hipotesis kajian

Ho 1: Tidak wujud hubungan yang signifikan antara pematuhan etika dan amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur.

1.7 Kepentingan kajian

Pengkaji memilih tajuk kajian ini berdasarkan beberapa kepentingan yang dapat dimanfaatkan oleh penyelidik, pelajar, universiti, masyarakat dan negara, iaitu:

1.7.1 Penyelidik

Bagi para penyelidik, kajian ini diharap dapat membantu mereka mendedahkan kepentingan bidang etika perniagaan yang mungkin berhubung kait dengan amalan tanggungjawab sosial dalam proses pendidikan yang rata-rata penyelidik tidak dapat



meneroka. Segala maklumat terkini berhubung dengan mekanisme yang digunakan dalam membangunkan etika dan amalan tanggungjawab sosial dalam aspek perniagaan dan keusahawanan dapat membantu para penyelidik untuk meneruskan kajian pada masa akan datang.

1.7.2 Pelajar

Golongan pelajar pada hari ini adalah merupakan tonggak utama dalam penyediaan modal insan negara pada masa akan datang. Tahap pematuhan etika dan amalan tanggungjawab sosial pelajar sering menjadi isu yang diperdebatkan oleh umum. Kursus-kursus yang ditawarkan di IPT mestilah mempunyai elemen etika dan pembangunan sahsiah dalam membangunkan peribadi pelajar. Justeru, bagi menangani masalah ini, penyelidikan terhadap penerapan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial dalam kursus-kursus yang ditawarkan di IPT dapat meningkatkan tahap pematuhan etika pelajar serta tanggungjawab sosial mereka.



1.7.3 Universiti

Bagi pihak universiti, kajian ini akan dapat menyumbang penambahbaikan aspek kemahiran insaniah dan pematuhan etika perniagaan kepada para pelajar yang minat berniaga sebelum mereka melangkah ke alam pekerjaan mereka. Ini bersesuaian dengan objektif UPSI iaitu untuk melahirkan graduan yang bersahsiah murni, kompeten dan berketrampilan tinggi yang menjadi pilihan utama industri.

1.7.4 Masyarakat

Penemuan kajian ini akan dapat dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat memandangkan ia melibatkan amalan tanggungjawab sosial. Penyelidikan ini dilaksanakan bagi mengukur hubungan yang signifikan antara tahap pematuhan etika





dan amalan tanggungjawab sosial. Penambahbaikan dapat dibuat setelah dapat mengenal pasti masalah dan kekurangan yang timbul semasa kajian ini dilakukan.

1.7.5 Negara

Bagi peringkat negara, kajian ini juga penting dan boleh dijadikan panduan berguna dalam menyediakan pembangunan modal insan berkebolehpasaran (employability). Pengusaha kiosk ini kebanyakan daripada kalangan pelajar sendiri, jadi kita dapat melihat bagaimana mereka menjadi pengurus yang patuh kepada etika perniagaan disamping memberi sumbangan sosial kepada pelanggan mereka.

1.8 Batasan kajian

Semasa menjalankan kajian, terdapat beberapa batasan kajian yang dihadapi oleh penyelidik. Batasan kajian yang akan diperincikan adalah dari konteks masa, kos, alat analisis, responden dan kaedah yang diguna pakai dalam bidang kajian.

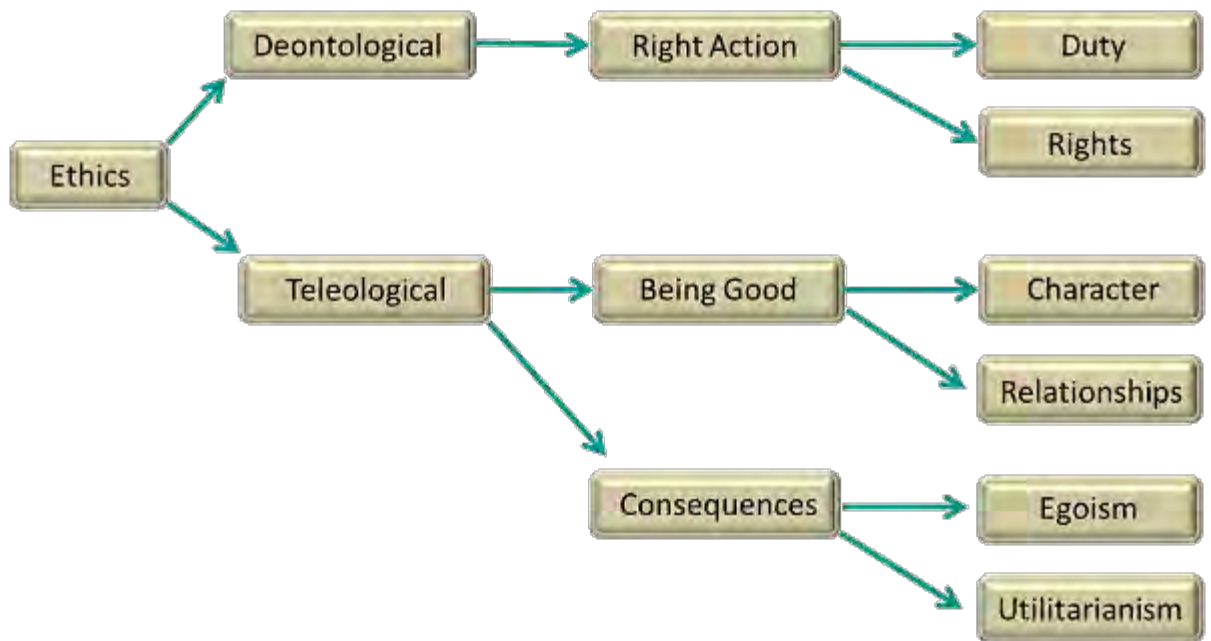
- i. Masa untuk menyiapkan kajian bagi penyelidikan tesis ini adalah sangat singkat berbanding dengan sebelum ini yang diberi masa lebih daripada setahun. Namun kini tempoh untuk menyiapkan dan menghantar kajian ini lebih kurang setahun sahaja ditambah pula dengan kekangan waktu kerana penyelidik perlu menghadiri kuliah dan menyiapkan tugas seperti biasa.
- ii. Kajian ini dijalankan dengan menggunakan kaedah kuantitatif, iaitu melalui edaran borang soal selidik. Oleh itu, penyelidik perlu berlaku jujur dalam mencari responden yang berkenaan dengan tajuk ini dan segala maklum balas responden adalah melalui soal selidik. Kebolehpercayaan dapatan kajian ini bergantung kepada kesungguhan dan keikhlasan responden menjawab soalan-soalan tersebut.
- iii. Bagi penyelidik, untuk mencari responden walaupun dalam jumlah yang sedikit agak susah kerana ia melibatkan pengusaha-pengusaha kiosk yang



kebanyakannya terdiri daripada pelajar. Untuk memenuhi jumlah yang dikehendaki bukan sesuatu yang mudah kerana soal selidik tersebut hanya boleh diberikan kepada mereka ketika hari minggu dan waktu mereka bekerja.

1.9 Kerangka Teori Etika Perniagaan

Teori yang digunakan oleh pengkaji dalam penyelidikan ini adalah menggunakan pendekatan normatif iaitu berkenaan dengan tindakan moral yang menyediakan peraturan dan prinsip – prinsip tingkah laku umum. Kebanyakan idea ini menjadi dasar kepada alam sekitar dan pembangunan, dan mereka sering digunakan sebagai asas hujah-hujah etika. Teori etika biasanya dibahagikan kepada tiga kumpulan besar seperti teleologikal, deontologikal dan moral etika teori (Boatright, 1997; Fisher dan Lovell, 2009; Jonsson, 2011; Belak dan Rozman, 2012). Teori teleologikal pula merupakan teori berdasarkan kepada andaian bahawa keputusan di sebalik tingkah laku tertentu perlu berdasarkan penilaian terhadap hasil masing-masing. Sebaliknya, teori deontologikal menekankan kehadiran prinsip etika sejagat yang perlu diikuti tanpa mengira hasilnya. Satu lagi kumpulan yang daripada teori etika dikenali sebagai teori moral. Semua teori ini berasal daripada Greece Purba dan telah dikaitkan dengan tokoh etika yang bernama Aristotle.



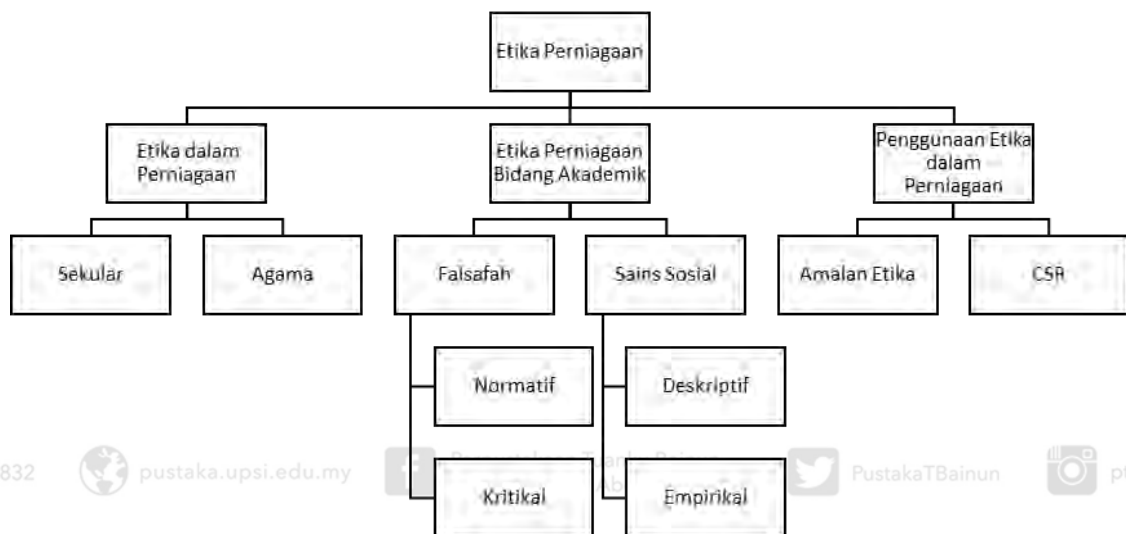
(Sumber: Traer, 2013)

Rajah 1.1: Kerangka Teori Kajian Traer

Traer (2013) menggambarkan tugas memahami tradisi etika normatif dari segi laluan yang berbeza di atas gunung. Sebagai contoh, apabila orang menggunakan perkataan 'tugas' dan 'hak', mereka merujuk secara sedar atau sebaliknya kepada teori yang berkenaan dengan tindakan yang betul. Jika, mereka membincangkan etika kita dari segi 'watak' atau 'hubungan', maka mereka merujuk kepada teori-teori yang baik. 'Hak tindakan' dan 'menjadi baik' mengenal pasti laluan yang berbeza di atas gunung. Jika melihat rajah di atas, kita dapat melihat bahawa teori-teori etika tersebut menekankan tugas atau hak cawangan di luar jalan tindakan yang betul, sedangkan teori-teori etika yang berkaitan dengan watak atau hubungan menyimpang dari jalan yang baik.

Dalam falsafah Barat yang Traer (2013) ketengahkan, perkataan deontologi berasal dari perkataan deon Greek, yang bermaksud 'kewajipan'. Ia hanya mengambil berat tentang tindakan yang betul dengan melakukan perkara yang betul semata-mata. Teori Deontologi memberi tumpuan kepada sama ada keputusan etika adalah betul atau salah, tanpa mengira akibat atau niat keputusan-keputusan etika itu. Manakala

perkataan teleologi berasal dari dua perkataan Yunani: telos, yang bermaksud 'tujuan' atau 'matlamat' dan logo, yang merujuk kepada 'sains' atau 'belajar'. Dengan kata lain, teori ini menginginkan kepada kebaikan berserta niat yang baik. Justeru, ianya berbeza dengan etika deontologi kerana tradisi etika teleologi lebih menumpukan pada tujuan atau niat di belakang tindakan manusia. Fokus teori etika teleologi adalah mengenai matlamat keputusan yang diberikan.



Sumber: daripada De George (1994) dan Wines (2008)

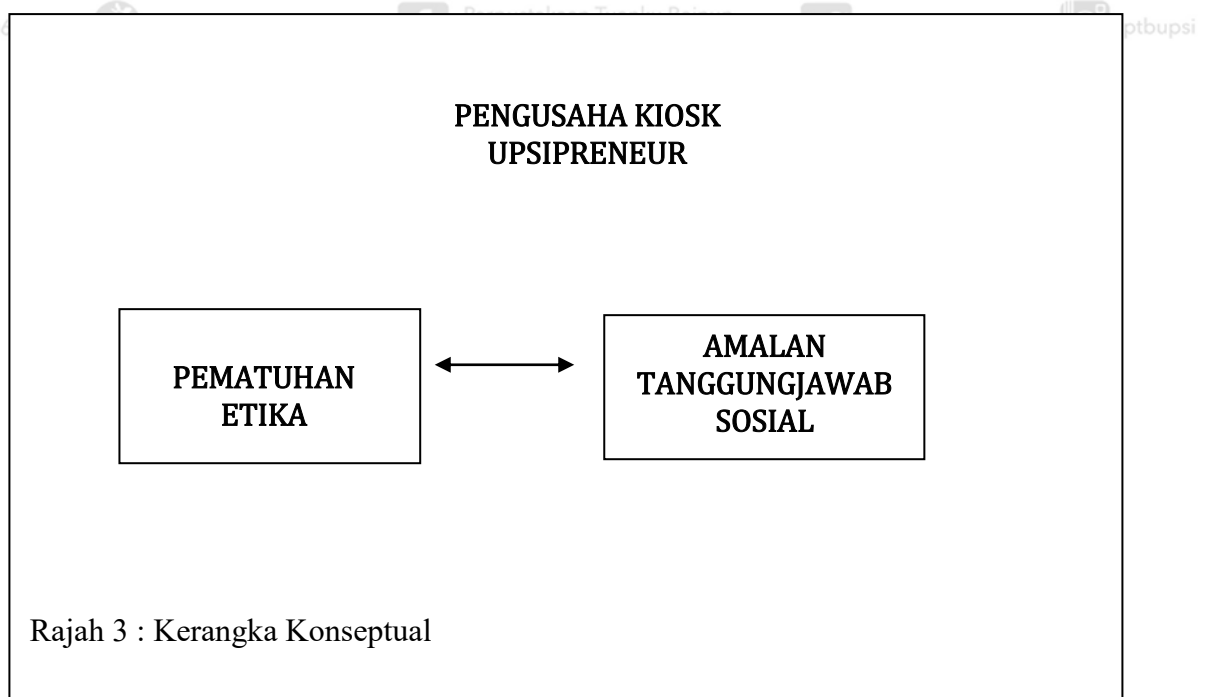
Rajah 1.2: Jenis Kontemporari Etika Perniagaan

Rajah 1.2 di atas menggambarkan pelbagai jenis kontemporari etika perniagaan. Etika dalam perniagaan dan dunia komersial sebahagian besarnya diambil dari falsafah sekular dan agama. Etika perniagaan sebagai bidang akademik mempamerkan perlakuan etika yang berunsurkan paradoks falsafah tetapi diterapkan, diamalkan, dan diajar oleh sosial metodologi sains. Penggunaan adaptasi etika dalam perniagaan diwujudkan secara umumnya melalui amalan organisasi individu dan inisiatif tertentu seperti amalan tanggungjawab sosial (CSR) (De George 1994; Wines 2008). Rangka etika yang dibincangkan di atas dipilih dalam kajian ini kerana perkaitan yang wujud dalam etika perniagaan yang membawa kepada amalan

tanggungjawab sosial bersama. Pandangan ini selaras dengan Whetstone's (2001) pendekatan tripartit ke arah memohon etika dalam perniagaan di mana etika digunakan sebagai campuran Consequentialist (teleological), deontologi (rasionalis), dan kebajikan (peribadi nilai berasaskan watak) etika.

1.10 Kerangka Konseptual Kajian

Kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti tahap pematuhan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab bersama dalam pengusaha kiosk upsipreneur. Tujuan utama kajian ini adalah mengkaji bagaimana amalan etika diamalkan sewaktu berniaga dan mendalami bagaimana hubungan etika perniagaan berkait dengan amalan tanggungjawab sosial. Hal ini kerana ramai cendekiawan sebelum ini telah menjalankan kajian kes terhadap tajuk seperti ini. Namun resolusinya masih belum kukuh untuk diiktirafkan sebagai kenyataan benar.



Rajah 3 : Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka kajian pada rajah, terdapat dua pembolehubah bebas dinyatakan di dalam jadual iaitu tahap pematuhan etika perniagaan dan amalan tanggungjawab sosial. Bagi pematuhan etika, elemen yang dikaji adalah berdasarkan etika integriti, akauntabiliti dan transparensi, manakala bagi kategori amalan tanggungjawab sosial pula diukur berdasarkan terhadap pelajar, pekerja dan masyarakat.

1.11 Definisi Istilah

Penyelidik telah mengemukakan definisi istilah yang sering digunakan dalam kajian ini.

1.11.1 Pematuhan

Dunia perniagaan hari ini sememangnya mempunyai budaya etika yang diamalkan di dalam organisasi masing-masing. Namun sejauh manakah pematuhan terhadap etika tersebut diamalkan oleh warga organisasi? Menurut (Geddes B.H., 2017), program etika yang benar-benar berkesan akan mempunyai tanda aras dari kedua-dua pematuhan dan program berasaskan etika. Strategi pematuhan yang berkesan akan melihat organisasi membuat kod tingkah laku dan berjaya menyampaikan kod kepada pekerjanya. Justeru dalam kajian ini, pengkaji akan menganalisis tahap pematuhan etika perniagaan yang diamalkan dalam kalangan pengusaha kiosk upsipreneur. Tanpa pematuhan yang istiqamah, etika yang diwujudkan dalam organisasi hanyalah sia-sia apabila tidak diamalkan oleh para pekerja.

1.11.2 Etika

Menurut Griffin (1993) mendefinisikan etika sebagai kepercayaan peribadi individu mengenai hak tingkah laku yang betul dan salah. Begitu juga, Runes (1964) menyatakan bahawa tingkah laku beretika merujuk kepada 'taraf' atau 'betul' tingkah





laku antara pihak dalam sesuatu keadaan. Pada barisan yang sama, Barry (1979) menilai etika sebagai kajian tentang apa yang membentuk kelakuan manusia yang baik dan buruk, termasuk tindakan dan nilai yang berkaitan. Dalam kesusasteraan Inggeris, tanggapan “moral” dan “etika” sering digunakan sebagai sinonim yang berasal dari batang yang berbeza seperti perkataan Latin ‘moralitas’ dan perkataan Yunani ‘ethikos’ (Boatright,1997).

Pada awalnya etika menurut (DeGeorge,1982), adalah kajian moralitas. Etika juga difahami sebagai sains moral dalam tingkah laku manusia oleh (Thompson, 1998) dan moral sebagai prihatin terhadap kebaikan watak atau tingkah laku manusia, atau dengan perbezaan antara hak dan salah. Seperti kebanyakan konsep, etika ditakrifkan secara berbeza oleh ahli teori yang berbeza. Manakala menurut (Javalgi & Russell, 2018), etika adalah satu cabang sejarah penting falsafah yang memberi tumpuan kepada moral dan nilai-nilai. Dalam kajian ini, istilah etika dapat disimpulkan sebagai suatu tindakan dan keputusan yang mengikut konsep betul atau salah, baik dan jahat serta bagaimana individu yang bermoral mengawal disiplin tingkah lakunya.



1.10.3 Etika Perniagaan

Menurut Dimitriades (2007) istilah etika perniagaan terdiri daripada dua kata-kata iaitu "perniagaan" dan "etika," yang meliputi perkara-perkara prinsip, kepercayaan, nilai, budaya, isu-isu tadbir urus moral dan kod tingkah laku untuk perniagaan. Di peringkat yang paling asas, etika perniagaan oleh itu hanya merujuk kepada perniagaan yang membawa kepada kejahatan atau kebaikan (Javalgi & Russell, 2018). Terdapat pelbagai definisi etika dalam perniagaan dalam kesusasteraan, tetapi majoriti daripada mereka menumpukan kepada penerimaan moral daripada tindakan yang dilaksanakan oleh pengurus dan pekerja organisasi (De Cremer, van Dick, Tenbrunsel, Pillutla, & Muringhan 2011). Dalam kajian ini, etika perniagaan merupakan nilai-nilai moral, prinsip dan standard yang menentukan dan mengawal tingkah laku individu dalam perniagaan pada semua peringkat kehidupan ekonomi.





1.10.4 Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR)

Tanggungjawab sosial telah ditakrifkan sebagai prestasi sosial korporat, teori pemangku kepentingan dan juga teori etika perniagaan (Carroll,1999). CSR juga berkembang daripada perspektif di mana syarikat memilih untuk mempertimbangkan tanggungjawab dermawan mereka di atas dan di atas isu-isu perundangan, ekonomi, dan etika (Carroll, 1991). Dalam konteks penyelidikan ini, disebabkan tanggungjawab sosial korporat merupakan suatu yang dilakukan di dalam organisasi korporat, maka skop akan dikecilkan dan dikhususkan untuk mengukur amalan tanggungjawab sosial dalam kalangan pelajar yang menjadi pengusaha kiosk. Walaubagaimanapun segala teori dan konsep CSR akan diguna pakai dalam mengaplikasikan amalan tanggungjawab sosial kerana CSR juga pada awalnya bermula daripada amalan tanggungjawab sosial yang dilakukan dalam perniagaan kecil dan sederhana.



1.10.5 Pengusaha Kiosk

Dalam kajian ini, pengusaha kiosk terdiri daripada pelajar upsi yang masih di dalam tempoh pengajian dan telah berdaftar sebagai seorang peniaga di bawah Program Pembangunan Keusahawanan dan Kebolehpasaran Graduan (EDGE). Pengusaha kiosk upsipreneur ialah orang yang mengusaha dan mengendalikan perniagaan di tapak kiosk upsipreneur yang telah disediakan daripada pagi ke petang. Mereka mestilah menepati syarat dan menepati etika yang ditetapkan untuk meneruskan perniagaan mereka. Kebanyakan pengusaha kiosk upsipreneur menjalankan perniagaan berasaskan daripada produk makanan dan minuman. Pengusaha kiosk yang terdiri daripada kalangan pelajar UPSI turut melantik pekerja daripada ahli rakan- rakan mereka sendiri untuk menjaga dan menjual produk.





1.12 Kesimpulan

Etika merupakan suatu piawai yang diasaskan untuk membuat tindakan itu betul dan salah. Penerapan nilai etika dalam kehidupan seharian membantu mengkategorikan nilai-nilai yang berbeza seperti disiplin integriti, akauntabiliti, dan transparensi antara sesama manusia. Manakala kepentingan pematuhan etika tidak boleh diabaikan dalam kehidupan seharian, ia adalah penting bahawa mereka diamalkan dalam bidang perniagaan dan pendidikan itu sendiri.

Pihak kerajaan sedar akan kepentingan nilai etika dan moral dalam sistem pendidikan negara dengan adanya falsafah pendidikan negara yang menekankan keseimbangan aspek intelek, rohani, emosi dan jasmani serta merangkumi aspek akhlak dan berketrampilan. Universiti pula adalah agen perubahan dalam masyarakat yang berperanan memberikan pendidikan tinggi, sekaligus berfungsi menangani masalah kepincangan moral dan etika yang berlaku. Sehubungan itu, penubuhan IPT di negara kita mempunyai tanggungjawab yang besar dalam merealisasikan falsafah pendidikan negara. Pihak UPSI juga tidak terkecuali dalam mengambil tanggungjawab ini melalui misi penubuhannya yang menggariskan agar keluarannya mempunyai sahsiah yang mumi, kompeten dan juga berketrampilan.

Sementara itu, pembangunan etika dan moral menerusi kursus yang ditawarkan di UPSI amat berkait rapat dengan perlaksanaan Kemahiran Insaniah (KI) di IPT. KI adalah merangkumi aspek-aspek kemahiran generik. Elemen KI untuk IPT ditentukan berdasarkan kepada pandangan pakar, kajian dan pengalaman IPT yang telah melaksanakannya. Tujuh elemen utama yang dipilih untuk dilaksanakan di IPT merangkumi kemahiran berkomunikasi, pemikiran kritis dan kemahiran menyelesaikan masalah, kemahiran kerja berpasukan, pembelajaran berterusan dan pengurusan maklumat, kemahiran keusahawanan, etika dan moral profesionalisme dan kemahiran kepimpinan (Radin Umar, 2006).

