



SCHOOL OF HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT AND PSYCHOLOGY

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND HUMANITIES

SEMESTER I 2020/2021

UHMS11822 PENGHAYATAN ETIKA DAN PERADABAN

SEKSYEN 32

KAJIAN KES: MENGAMALKAN ETIKA YANG BAIK DALAM PERNIAGAAN

BIL.	NAMA	NO. MATRIKS
1.	DZAKIRIN ASYRAFF BIN ZAMSARI	A20EC0030
2.	MUHAMMAD ANIQ AQIL BIN AZRAI FAHMI	A20EC0083
3.	KHENG MING JIE	A20EC0197
4.	TIE SING HAO	A20EC0168
5.	MUHAMMAD KASYFI BIN KAMARUL HAMIDI	A20EC0093
6.	MUHAMMAD MUIZZUDDIN BIN KAMARUZAMAN	A20EC0214

PENSYARAH

PM DR. HASHIM FAUZY

ISI KANDUNGAN

1. PENGENALAN	1
2. OBJEKTIF KAJIAN	4
3. PERSOALAN KAJIAN	5
4. KEPENTINGAN KAJIAN	7
5. KAJIAN LEPAS	9
6. METODOLOGI KAJIAN	13
7. DAPATAN DAN PERBINCANGAN	15
8. RUJUKAN	21
9. LAMPIRAN	23

1. PENGENALAN

Tajuk tugas yang dipilih adalah “Mengamalkan Etika yang baik dalam perniagaan” Kumpulan kami memilih tajuk tersebut kerana kami memandang perniagaan adalah penting dalam kehidupan seharian masyarakat. Dalam agama Islam turut juga menyatakan bahawa perniagaan ini adalah sembilan persepuluh punca rezeki bagi kalangan masyarakat. Kami juga percaya bahawa perniagaan adalah suatu perkara yang amat dekat dengan masyarakat sama ada dari industri profesional hingga ke peniaga kecil. Kepentingan yang kami ingin tunjukkan didalam kajian ini adalah pentingnya etika ketika sesuatu pihak peniaga itu menjalankan perniagaan.

Terdapat beberapa isu yang kami peroleh yang berkaitan dengan topik tugas kami antaranya adalah amalan rasuah antara ahli perniagaan yang memberi kesan negatif kepada masyarakat. Kes yang berlaku menurut keratan akhbar Berita Harian bertajuk Seorang ahli perniagaan didakwa memberi rasuah RM1 Juta kepada bekas Menteri Wilayah Persekutuan tentang kenaikan ratio pembangunan bagi projek yang melibatkan perbincangan mahkamah.

Kes rasuah ahli perniagaan dibicarakan di Mahkamah Tinggi

Mac 20, 2019 @ 12:50pm



- Foto hiasan

Selain itu terdapat juga isu-isu semasa yang menyentuh tentang etika dalam mengamalkan perniagaan seseorang yang mementingkan keuntungan sendiri tanpa memikirkan orang lain sebagai contoh pembalakan haram yang menyebabkan banjir besar dan kerosakan alam sekitar. Keratan akhbar dibawah menunjukkan aktiviti pembalakan haram yang boleh dikaitkan dengan pengamalan etika yang tidak utuh:

“CUBAAN menceroboh Hutan Simpan Ulu Jelai untuk aktiviti pembalakan secara haram menggunakan surat kuning tidak menjadi kenyataan apabila dikesan anggota Unit Penguatkuasa Pejabat Hutan Daerah (PHD) Lipis, semalam.”



Antara tajuk - tajuk subtopik yang ada dalam tugas ini ialah objektif kajian, persoalan kajian, kepentingan kajian, kajian lepas, metodologi kajian, dapatan kajian dan perbincangan. Di dalam subtopik perkara untuk dibincangkan didalam subtopik pertama iaitu objektif kajian yang membincangkan tujuan tujuan kajian ini dibuat dan matlamat yang ingin dicapai berdasarkan tajuk tugas. Seterusnya, bagi subtopik persoalan pula perkara yang dibincangkan ialah tanda tanya tentang kajian dan pengertian etika dalam masyarakat. Selain itu, bagi subtopik kepentingan kajian kami

menerangkan apa kepentingan atau keperluan kita dalam usaha untuk menerapkan sikap beretika dalam masyarakat. Bagi subtopik kajian lepas, kami telah mengumpul beberapa artikel-artikel lepas yang berkaitan dengan etika dalam perniagaan untuk kami analisis dan membuat kesimpulan bagi setiap artikel yang dikumpul. Subtopik metodologi membincangkan pula adalah tentang langkah langkah kami bagi menyelesaikan kajian ini. Akhir sekali, subtopik dapatan kajian dan perbincangan, kami membuat suatu kesimpulan mengenai kajian dan akhir sekali mengeluarkan beberapa sebab mengapa pentingnya kajian kami kepada masyarakat dan menjawab persoalan yang ditanyakan melalui subtopik ini.

2. OBJEKTIF KAJIAN

Terdapat beberapa objektif dalam menjalankan kajian ini sebagai asas dalam menulis dan menyiapkan kajian ini.

Objektif yang paling utama di dalam kajian ini ialah mendefinisikan etika beserta amalan etika dalam menjalankan perniagaan. Dengan mendefinisikan amalan etika dalam menjalankan perniagaan, kami dapat menentukan etika yang baik dalam perniagaan. Selain itu, kajian ini juga bertujuan untuk menentukan kepentingan mengamalkan etika dalam perniagaan beserta kepentingan menjaga kualiti produk atau servis dalam menjalankan perniagaan. Kami mahu menganalisa sejauh manakah individu yang menjalankan perniagaan mementingkan amalan etika yang baik dan apakah amalan etika yang dikira baik oleh mereka.

Objektif seterusnya pula ialah untuk menentukan amalan yang tidak beretika dalam menjalankan perniagaan. Terdapat pelbagai amalan yang tidak beretika yang sering diamalkan dalam perniagaan dan salah satu amalan itu yang sering berlaku ialah pengiklanan palsu (false advertising). Kajian ini ingin menemui dengan lebih mendalam mengenai pengamalan etika yang buruk dalam perniagaan dan bagaimana ia menyebabkan kesan kepada orang lain.

Objektif yang terakhir pula ialah untuk menentukan pilihan yang terbaik di dalam suatu dilema yang dihadapi oleh individu yang menjalankan perniagaan. Menjalankan perniagaan sering mempunyai risikonya tersendiri dan pasti akan menghadapi dilema atau konflik dalam membuat keputusan sama ada untuk mementingkan amalan etika yang baik atau mementingkan keuntungan.

3. PERSOALAN KAJIAN

Antara persoalan terbesar berkaitan dengan etika ialah, mengapakah setiap individu perlu mempelajari etika perniagaan, bukankah etika telah tertanam (embedded) secara semula jadi ke dalam diri setiap individu? Pelbagai laporan telah didatangkan dalam mengukur tahap etika yang dimiliki oleh individu sama ada pengurus mahupun pekerja dan juga pengguna. Sudah pastinya jaguh yang mendepani isu etika perniagaan ini adalah Amerika Syarikat yang telah melihat betapa pentingnya perkara berkaitan etika ini diletakkan di tempat yang sewajarnya. Berikut adalah tahap kepercayaan oleh masyarakat Amerika terhadap industri-industri yang berkaitan. Boleh dilihat dengan jelas di sini bahawa sektor farmaseutikal berlakunya penurunan. Manakala sektor automotif dan hartanah merupakan sektor yang paling rendah tahap kepercayaannya bagi masyarakat Amerika. Walau bagaimanapun, masih belum adanya satu kajian khusus yang dilakukan untuk mengukur tahap kejujuran atau kebolehpercayaan industri-industri tersebut di Malaysia. Setiap persoalan yang akan dikemukakan adalah berkepentingan untuk menanam nilai-nilai murni dalam perniagaan. Dengan menjalankan kajian ini, pelbagai persoalan-persoalan yang diperolehi dalam mengamalkan etika yang baik dalam perniagaan. Persoalan-persoalan yang dinyatakan seperti di bawah:

- i. Apakah etika yang baik dalam perniagaan?
- ii. Siapakah yang perlu mengamalkan etika yang baik dalam perniagaan?
- iii. Bagaimanakah etika yang baik dalam perniagaan dapat memajukan masyarakat?

- iv. Bagaimanakah etika yang baik dalam masyarakat dapat diamalkan secara meluas?

4. KEPENTINGAN KAJIAN

Kami merasakan bahawa kajian mengamalkan etika baik dalam perniagaan bernilai untuk dijalankan kerana kelangsungan sesebuah perniagaan dan perkhidmatan yang ditawarkan amat bergantung kepada nilai dan etika yang dimiliki oleh mereka-mereka yang terlibat. Jika sesebuah perniagaan itu berjaya meletakkan perkara nilai dan etika sebagai dasar utamanya maka berjayalah perniagaanya, dan begitu jugalah yang akan berlaku sebaliknya. Antara prinsip dalam etika yang perlu diberi penekanan ialah kerjasama dan perundingan sebagai satu pasukan, alam sekitar, hubungan pihak pengurusan dan pekerja, konsumen dan sebagainya serta juga kualiti barangan yang tidak memberikan kesan negatif kepada kesihatan dan persekitaran. Jadinya, sesebuah organisasi itu akan dikira berjaya apabila wujudnya keserasian tiga ciri utama iaitu strategi, nilai dan etika. Dimana ketiga-tiganya disatukan dengan tujuan utama iaitu lagi memperkukuhkan kajian ini.

Kini ramai pengguna yang berdepan masalah akibat dari perkara perkara yang melanggar etika dari perniagaan disekeliling masyarakat kita. Ada peniaga yang mengamalkan rasuah, pentingkan diri dengan menaikkan harga barang dan perkara perkara sebegini mendorong kami mencari sebab mengapa etika etika dalam perniagaan ini perlu diambil berat oleh segenap masyarakat. Sifat simpati kami terhadap pengguna dan masyarakat sekeliling juga antara pendorong kami untuk melakukan kajian ini bagi menjawab segala persoalan berkaitan etika dalam perniagaan.

Kajian ini dapat meluaskan pengetahuan kami berkenaan dengan pengamalan etika yang baik dalam menjalankan perniagaan. Pertamanya, dalam melakukan perniagaan dalam era globalisasi ini, pelbagai kekangan yang kita akan hadapi dalam perniagaan disebabkan pelbagai faktor sekatan ekonomi seperti pandemik covid-19 ini. Dengan tidak langsung kita akan lebih membuka minda bagaimana dalam menguruskan perniagaan dengan baik boleh berhasil. Pelbagai pengalaman yang menyeronokkan dalam melakukan siasatan ini. Contohnya, kita dapat mengetahui pelbagai karenah pelanggan yang menggunakan barang kita. Selain itu, kita dapat mengeratkan hubungan silaturahim bukan sahaja pelanggan malah pembekal dalam aktiviti perniagaan. Maka, jelaslah perniagaan yang terbaik adalah yang kita suka dan seronok jalankan serta menguntungkan dunia akhirat. Melalui kajian ini kami dapat menganalisa respons daripada individu yang menjalankan perniagaan dengan mengetahui berapa yang tahu akan etika dalam perniagaan dan kepentingannya untuk mengamalkan etika etika berniaga.

5. KAJIAN LEPAS

Definisi etika menurut Khalidah, Zulkufly dan Lau (2014) adalah satu kumpulan prinsip di mana terdapat kod akhlak yang menjadi tunjuk arah sama ada suatu perlakuan itu diterima atau tidak. Etika perniagaan pula boleh dikatakan sebagai satu kumpulan undang-undang yang terdapat nilai-nilai, prinsip dan 'standard' yang mempengaruhi perlakuan manusia dalam konteks perniagaan (Ferrel, Thorne, Ferrel 2010). Dalam bahasa Greek, kata asal bagi etika adalah 'ethos' yang juga disebut sebagai 'ethique' dalam bahasa Perancis, 'ethice' dalam bahasa Latin dan juga 'ethic' dalam bahasa Inggeris (Judy Pearsall, 1999).

Kajian-kajian yang dilakukan oleh beberapa penyelidik termasuk Bailey (1986), Cooper, Dunkelberg, & Woo (1988) serta Perry (2001) menerangkan bahawa sifat dan etika seseorang peniaga berkait rapat dengan perkembangan atau keruntuhan bidang perniagaan mereka dalam yang biasanya diukur melalui kelangsungan perniagaan dan kejayaannya. Sehubungan dengan itu, kajian yang lepas juga mengatakan bahawa tahap pendidikan peniaga tentang etika perniagaan mencerminkan tahap etika mereka dalam perniagaan (Ahmad, Mohd Yusop & Jailani, 2002). Kepentingan etika juga telah lama diketengahkan terutama sekali oleh bekas Perdana Menteri Malaysia, Tun Dr Mahathir Mohamad yang pernah meminta pihak Majlis Amanah Rakyat (MARA) supaya mementingkan pembangunan etika dan peribadi peniaga Bumiputera kerana hal tersebut lebih penting daripada modal (Perpustakaan Perdana, 1991).

Merujuk kepada jurnal yang dikaji "Study the importance of Business Ethics and Ethical Marketing in Digital Era" (Muhammad Roy Purwanto, 2019), etika

Perniagaan adalah penerapan prinsip moral dan strategi belajar untuk perniagaan. Latihan moral atau etika perniagaan memberi kesan kepada penyelesaian dan kelompok perniagaan yang saling berkaitan. Etika perniagaan dapat membantu perniagaan mengekalkan rujukan atau imej yang lebih baik kepada pihak berkepentingan mereka. Etika adalah penting dalam bidang pemasaran dengan mempromosikan produk atau perkhidmatan dengan moral. Sebarang syarikat antarabangsa amat mementingkan moral dalam bidang perniagaan seperti sentiasa mengamalkan nilai kejujuran semasa beriklan kepada pelanggan mereka. Mempromosi dengan moral sering merupakan jenis iklan yang paling efektif dan berkesan untuk menjamin penjualan yang lebih tinggi. Syarikat yang menunjukkan tanggungjawab dan amalan moral semamangnya akan meningkat prestasi perniagaan mereka secara keseluruhan, menambah baik kelebihan daya saing, pulangan wang yang lebih tinggi dan imej yang lebih tinggi.

Seperti yang disebut dalam buku tajuknya "Ethics for A-Lrx, dan banyak yang lain berpendapat bahawa sistem yang mendorong kita untuk mencari lebih banyak wang dan lebih banyak barang material akan menghancurkan dan menghambat manusia berkembang. Sekiranya fungsi kita selevel" (Business Ethics, 2017), pelanggan adalah sekarang sangat peka dengan seberapa "etika" perniagaan dan dengan demikian tanda-tanda kesalahan moral oleh perniagaan akan menyebabkan kemerosotan dalam keuntungan. Maagai manusia melibatkan menumpukan masa untuk menjadi sihat, bersama rakan dan keluarga, mengembangkan hobi dan kemahiran sendiri, mendidik diri kita dan lain-lain, maka mentaliti "untuk

keuntungan" kapitalisme dapat dilihat sebagai tidak membenarkan kita memenuhi peranan ini.

Merujuk kepada artikel yang ditulis oleh Phil Lewis, beliau menyatakan bahawa dalam tahun kebelakangan ini perniagaan besar telah meningkat and menjadi popular dengan mengamalkan ethics dalam perniagaan mereka. Mengikuti perkataan beliau etika perniagaan dapat menentukan syarikat tersebut jujur dalam produk yang telah dipublish oleh mereka. Etika perniagaan juga mendorong kebanyakan syarikat besar berubah dengan mengamalkan etika semasa berniaga. Hal ini disebabkan oleh pandangan masyarakat yang beralih dari keasyikan konsumerisme ke arah ketidakadilan sosial ataupun ekonomi yang telah dibiarkan oleh ekonomi yang bergelut.

Etika dalam perniagaan juga semakin diberikan perhatian oleh syarikat-syarikat kerana masyarakat sekarang memilih produk menikuti reputasi sesebuah syarikat. Hal ini dapat dibuktikan dengan syarikat-syarikat yang akan memecat ataupun melakukan siding media untuk memberikan penjelasan atau meminta maaf kepada masyarakat supaya dapat mengurangkan reputasi sesebuah syarikat tersebut terjejas.

Walaubagaimanapun, "Beli lebih banyak barang" merupakan salah satu cara penjualan yang lebih sukar kepada pelanggan yang duduk di rumah baju tidur mereka namun begitu, pengambilan sikap beretika tidak semudah yang disangkakan. Di mana garis-garis dilukis, bagaimana dilema etika yang tampaknya mustahil diselesaikan dan bagaimana mendamaikan perdagangan dan altruisme adalah antara masalah yang timbul bagi syarikat yang hendak memutuskan untuk mengejar

"tujuan" sebagai sebahagian daripada perniagaan mereka. Pada masa yang sama, media sosial juga merupakan tempat yang sangat kejam ketika mereka membuat kesalahan. Oleh itu, kebelakangan ini kebanyakannya syarikat telah mengamalkan etika yang baik dalam perniagaannya supaya perkara tersebut tidak akan berlaku.

6. METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini mengambil pendekatan metode campuran. Pendekatan metod campuran digunakan bagi mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif di mana kedua dua jenis data ini akan diintegrasikan bagi memberi pemahaman yang lebih mendalam berbanding hanya satu jenis pendekatan sahaja. Metode persampelan yang digunakan didalam kajian ini ialah metode persampelan kebarangkalian. Persampelan kebarangkalian ini melibatkan pemilihan secara rawak di dalam suatu populasi.

Sampel kajian merupakan peserta yang sukarela melibatkan diri menjawab *questionnaire* yang telah kami sediakan. Seramai 33 orang responden menjawab *questionnaire* yang kami edarkan melalui media sosial. 25 dari responden berikut merupakan individu yang mempunyai sesebuah perniagaan. Bagi mengumpul data kuantitatif dan kualitatif, kami menyediakan suatu soal selidik (*questionnaire*) menggunakan Google Form. Soalan yang ditanya didalam soal selidik berkaitan dengan objektif dan persoalan kajian.

Soal selidik kajian ini diedarkan di media sosial oleh setiap ahli kumpulan kami dengan menggalakkan individu yang mempunyai perniagaan untuk menjawab soal selidik kajian ini. Tempoh soal selidik kajian ini dibuka adalah selama 20 hari dari 23 Disember 2020 sehingga 12 Januari 2021. Data dapatan kajian yang dikumpul dari Google Form akan disimpan di dalam sebuah Google Sheet di mana kami mampu menganalisa setiap jawapan yang diberikan oleh responden. Suatu langkah dalam menjalankan soal selidik ini diambil bagi memastikan kesahan dan kebolehpercayaan dapatan data kami iaitu dengan memastikan setiap responden menjawab sekali sahaja

dengan cara meminta mereka log masuk ke dalam email sebelum menjawab soal selidik ini.

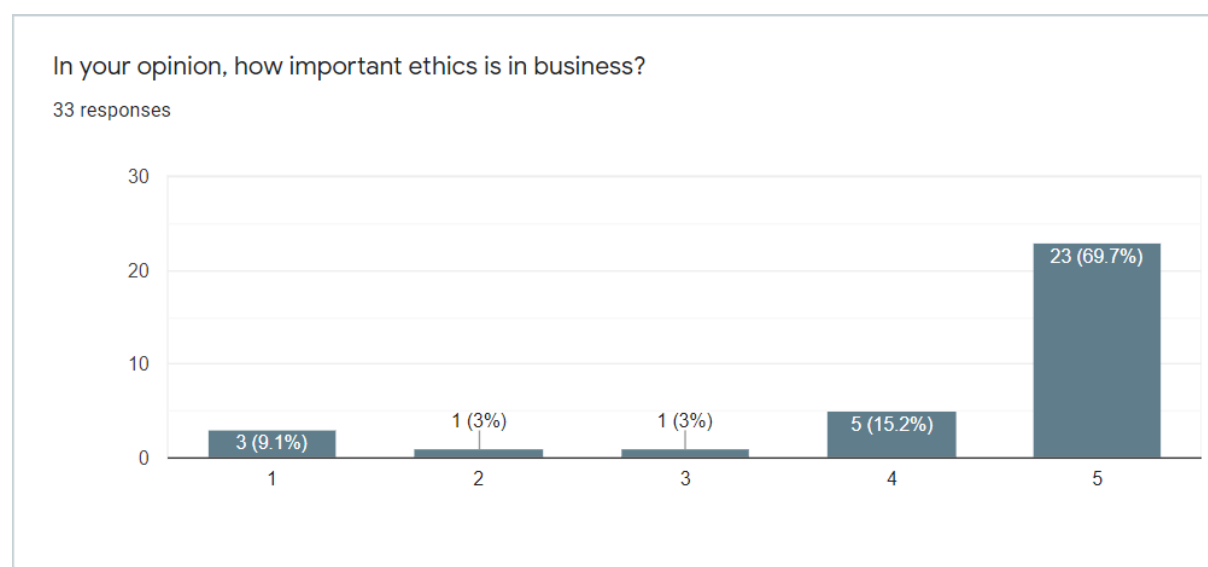
7. DAPATAN DAN PERBINCANGAN

Setelah menjalankan soal selidik yang mempunyai 7 soalan berkenaan dengan amalan etika yang baik dalam perniagaan keatas 33 orang responden, kami dapat membuat satu analisa daripada jawapan dan pendapat responden bagi menjawab persoalan kajian dan memenuhi objektif kajian.

Soalan 1 hingga 3 menggunakan skala linear 1-5 bagi menjawab tahap setuju responden terhadap kenyataan yang diberi. Skala 5 menandakan sangat setuju, 4 setuju, 3 neutral, 2 tidak setuju, dan 1 sebagai sangat tidak setuju.

Soalan 1. Pada pendapat anda, betapa pentingkah etika dalam perniagaan? / In your opinion, how important ethics is in business?

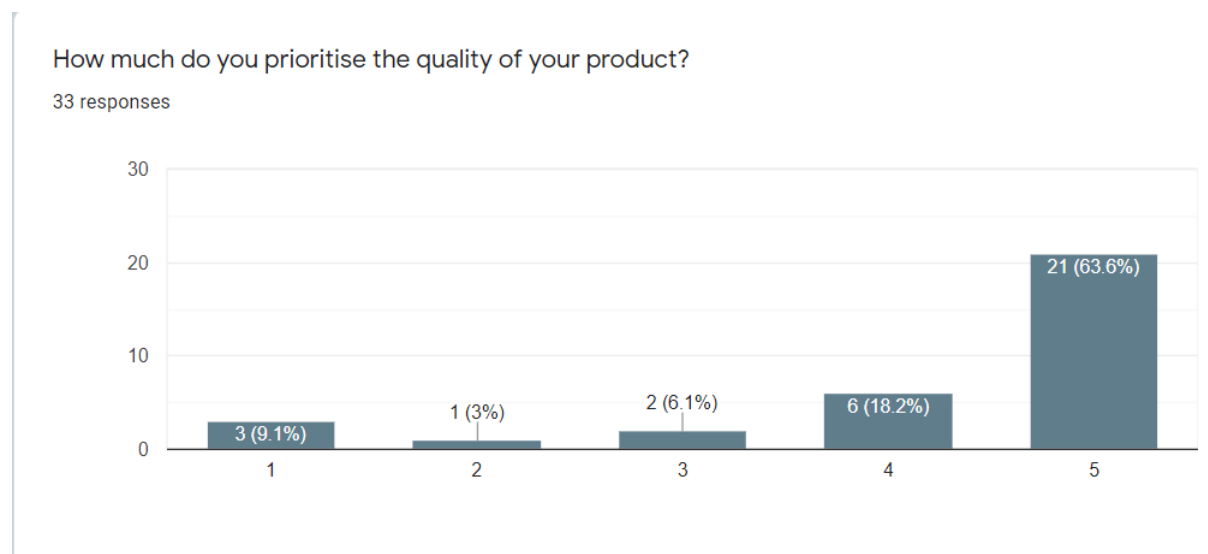
Daripada apa yang boleh dilihat pada graf berikut, 69.7% responden sangat setuju dan 15.2% responden setuju terhadap kepentingan etika di dalam perniagaan. Hanya 12.1 % responden tidak bersetuju atau sangat tidak bersetuju terhadap kepentingan etika di dalam perniagaan.



Dapatan ini menunjukkan bahawa majoriti responden bersetuju terhadap kepentingan etika dalam perniagaan dengan segelintir responden tidak bersetuju terhadap kepentingan etika dalam perniagaan.

Soalan 2. Betapa utamakah kualiti produk anda? / How much do you prioritise the quality of your product?

Berdasarkan graf di bawah, 63.6% responden sangat mengutamakan kualiti produk mereka, 18.2% mengutamakan kualiti produk mereka manakala sejumlah 12.1% responden tidak mengutamakan atau sangat tidak mengutamakan kualiti produk mereka.



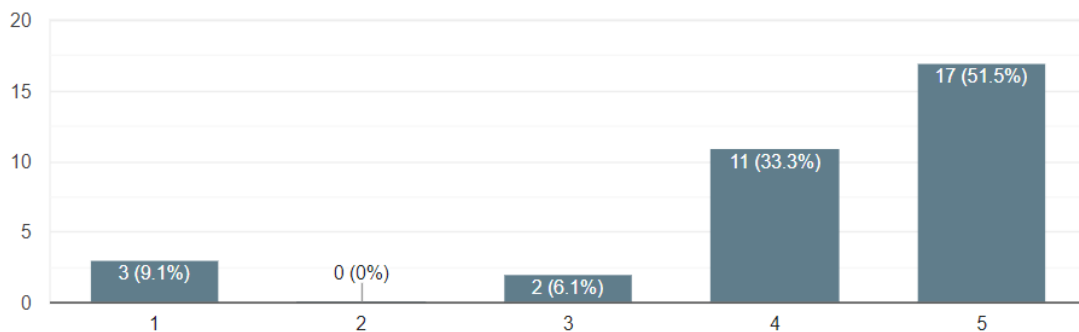
Dapatan dari soalan ini boleh dikaitkan dengan dapatan soalan 1 dimana peratusan responden yang tidak bersetuju atau sangat tidak bersetuju terhadap kepentingan etika dalam perniagaan adalah sama dengan peratusan responden yang tidak mengutamakan atau sangat tidak mengutamakan kualiti produk mereka. Maka konklusi yang dapat dibuat ialah responden yang tidak mementingkan etika dalam perniagaan akan tidak mengutamakan kualiti produk mereka.

Soalan 3. Berapa tinggikah komitmen anda terhadap mencapai kecemerlangan dalam perniagaan anda? / How much do you commit to excellence in your business?

Seperti yang dapat dilihat dari graf berikut, sejumlah 84.8% responden memilih komitmen yang tinggi atau sangat tinggi manakala selebihnya memilih komitmen yang sederhana atau sangat rendah.

How much do you commit to excellence in your business

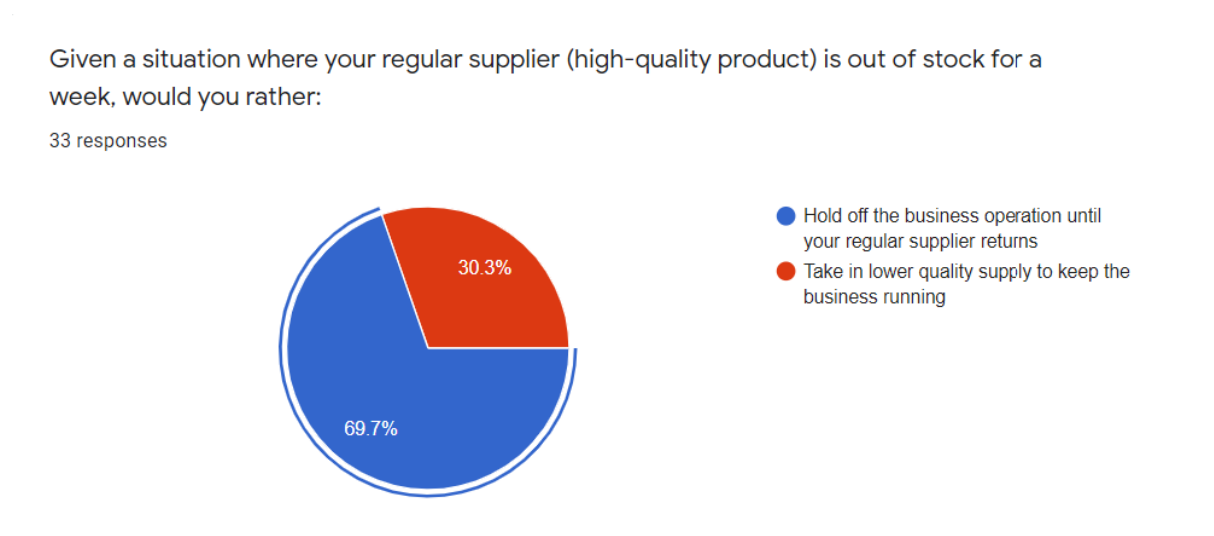
33 responses



Komitmen yang tinggi bagi mencapai kecemerlangan merupakan salah satu dari prinsip etika yang baik dalam perniagaan iaitu ketekunan. Oleh itu, dapat dilihat majoriti dari responden mengamalkan salah satu prinsip etika yang baik dalam perniagaan.

Soalan 4. Diberi suatu situasi dimana pembekal kerap anda yang membekalkan produk berkualiti tinggi sedah mengalami ketiadaan stok untuk seminggu, apakah pilihan yang akan anda ambil: a) Menghentikan perniagaan buat sementara waktu sehingga pembekal kembali dengan produknya, atau b) Mengambil bekalan produk lain yang berkualiti lebih rendah untuk meneruskan perniagaan seperti biasa. / Given a situation where your regular supplier (high-quality product) is out of stock for a week, would you rather: a) Hold off the business operation until your regular supplier returns or b) Take in lower quality supply to keep the business running.

Dari carta pai yang ditunjuk dibawah, 69.7% responden memilih pilihan (a) manakala 30.3% responden memilih pilihan (b)



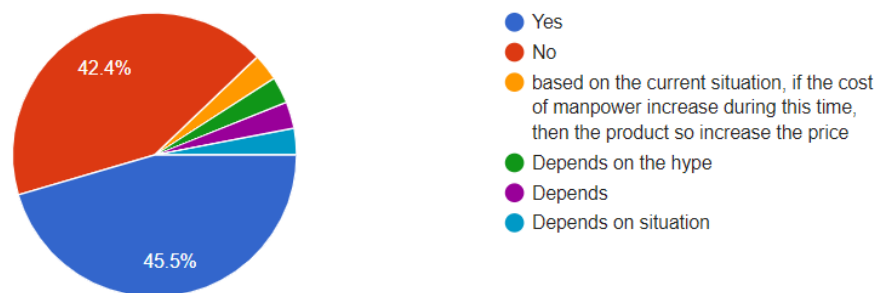
Jika diteliti dengan lebih mendalam dan dibandingkan dengan soalan 1, kita dapat lihat bahawa peratusan responden yang setuju terhadap kepentingan etika dalam perniagaan adalah sama dengan peratusan responden yang memilih pilihan (a). Maka, kita dapat mencapai konklusi bahawa individu yang mengamalkan etika yang baik dalam perniagaan mempunyai kesetiaan dalam menjalankan perniagaan.

Soalan 5. Adakah tindakan pemilik perniagaan yang menaikkan harga produk sesuatu yang beretika? / Do you think a business owner inflating the price of their product is ethical?

Daripada carta pai yang berikut, 45.5% responden bersetuju dengan soalan 5 manakala 42.4% responden tidak bersetuju. Selebihnya, 12.1% responden memberi jawapan 'bergantung'.

Do you think a business owner inflating the price of their product is ethical?

33 responses



Jawapan yang diberi oleh responden adalah berbelah bahagi, menunjukkan bahawa isu ini tidak lah semudah itu sahaja. Oleh itu, kami merasakan bahawa isu ini mempunyai faktor yang perlu diambil kira seperti situasi yang memaksa kenaikan harga dan sebagainya.

Soalan 6. Apakah pendapat anda mengenai pengiklanan palsu? /What is your opinion regarding false advertising?

Kebanyakan daripada jawapan yang dinilai bersetuju bahawa amalan pengiklanan palsu ini merupakan suatu amalan yang buruk dan tidak beretika. Beberapa orang dari responden mengatakan bahawa pengiklanan palsu memberikan pandangan buruk terhadap syarikat atau pemilik perniagaan yang mengamalkan pengiklanan palsu.

Soalan 7. Pada pendapat anda, apakah itu etika yang baik dalam perniagaan? /In your opinion, what is good business ethics?

Soalan terakhir dalam soal selidik ini bertujuan untuk mengetahui pandangan responden dan apa yang mereka kira sebagai amalan etika yang baik dalam perniagaan. Kebanyakan responden memberi jawapan 'kejujuran' dan 'memberi kualiti yang terbaik'. Kedua-dua ini merupakan prinsip etika yang baik dalam perniagaan.

8. RUJUKAN

- Ahmad Esa, Mohd. Yusop Ab. Hadi & Jailani Mohd Yunos (2002). Pengetahuan, Amalan dan Sikap Peniaga Kecil terhadap Etika Perniagaan: Satu Kajian Rintis. Prosiding Persidangan Kebangsaan Etika Gunaan dan Profesional. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia. UKM. 31-38. ISBN 983-9122-04-5
- Australian Bureau of Statistics. (1997). Mental health and wellbeing: Profile of adults, Western Australia (cat. no. 4326.5). Retrieved from AusStats: <http://www.abs.gov.au/ausstats>
- Business Ethics. (2017). In M. D. Fisher, Ethics for A-Level. Cambridge, UK: Open Book Publishers.
- Cain, K. (2012, June 29). The Negative effects of Facebook on communication. Social Media Today RSS. Retrieved from <http://socialmediatoday.com>
- Colclough, B., & Colclough, J. (1999). A challenge to change. London, England: Thorsons.
- Ferrel, Thorne, Ferrel (2010). Social Responsibility & Business. New Jersey: South-Western-Cengage Learning.
- Judy Pearsall (Ed.). (1999). The Concise Oxford Dictionary (10th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Khalidah, Zulkufly dan Lau, T.C (2014) Business Ethics. Selangor. Oxford University Press.

Leunig, M. (1995, July 27). Thoughts of a baby lying in a child care centre. The Sydney Morning Herald, p. 24.

Muhammad Roy Purwanto, T. M. (2019). Journal of Critical Reviews. Study the importance of Business Ethics and Ethical Marketing in Digital Era.

Parker, G., & Roy, K. (2001). Adolescent depression: A review. Australian and New Zealand Journal of Psychiatry, 35, 572-580.

Perpustakaan Perdana. (1991). Ketepikan 'peribadi tidak sesuai'. Etika niaga amat penting.

Capaian daripada:

https://library.perdana.org.my/digital_content/promine_leaders/mahathir/news_1968-2004/1989-1992/1991/00013739.pdf

Phil Lewis, 14 Oct 2020, 2.38a.m. EDT, forbes.com

9. LAMPIRAN

Berikut merupakan pautan kepada lampiran yang berkaitan dengan kajian ini:

Google Sheet jawapan responden:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ocHkxFTU4x1BDOKH7nSqUrQlXp5WK_4wkqYlWmVuM5w/edit?usp=sharing

Google Form soal selidik kajian:

<https://forms.gle/Nw4aZRsdqLXzNfmL8>