

Bab 2.

PENGERTIAN, PENDEKATAN, PRINSIP, PERAN DAN MANFAAT ETIKA BISNIS

Estu Mahanani, SP., MM

TUJUAN PEMBAHASAN:

Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, pendekatan, prinsip, peran dan manfaat etika bisnis dan penyebab pebisnis tidak beretika dalam berbisnis.

SUB POKOK BAHASAN

1. Pengertian Bisnis
2. Pendekatan Bisnis (unitarian, separatis & integrasi)
3. Prinsip-prinsip Profesi Pebisnis
4. Histori Etika Bisnis
5. Peran dan Manfaat Etika Bisnis

2.1. PENGERTIAN BISNIS

Kata Bisnis secara historis berasal dari bahasa Inggris yaitu “*business*”, yang berasal dari kata dasar *busy* yang berarti sibuk. Atau dapat juga diartikan sebagai beragam “kegiatan”. Pada abad ke-18, pemahaman kata bisnis diperluas menjadi sebagai “segala usaha dagang seseorang”. Secara umum, kata bisnis juga diberi makna sebagai “rangkaian aktivitas komersial”. Bisnis adalah kegiatan ekonomi atau ekonomi adalah kegiatan bisnis. Bisnis adalah keuntungan (Bertens, 2003).

PRINSIP BISNIS

Prinsip dari suatu kegiatan bisnis adalah pertukaran, sedangkan segala sesuatu yang dipertukarkan tidak menjadi masalah, dapat berupa benda bernyawa atau tidak bernyawa. Jadi, Pebisnis melakukan segala sesuatu terkait bisnis untuk meraih keuntungan. dan sebagai manusia, Pebisnis memiliki sifat yang tidak selalu puas, mencari kebebasan berinisiatif dalam menggagas bisnis dalam upaya profit (keuntungan) sehingga akan terus menerus berusaha untuk mencari keuntungan.

SYARAT KEBEBASAN BERBISNIS

Salah satu prasyarat dari kebebasan bisnis atau berbisnis adalah *rule of law*; dimanapun, suatu negara harus diatur oleh hukum dan peraturan (Keith Charles Culver; edt; 1999) dan pebisnis sebagai bagian anggota masyarakat tentunya harus memahami dan mengikuti peraturan tersebut.

1. Aturan hukum memerlukan keberadaan pemahaman bersama dari komunitas tentang nilai-nilai dan norma etika. Tanpa adanya konsep sosial tentang keadilan

dan kebebasan berbisnis yang dipahami secara meluas maka negara atau sekelompok orang yang berkuasa dapat membahayakan hak-hak masyarakat luas atau bahkan menimbulkan pertentangan dan konflik antar kelompok.

2.2. Pendekatan Bisnis

1. Paham UNITARIAN: nilai-nilai moral yang bersifat universal harus tercermin dalam praktik dunia bisnis;
2. Paham SEPARATIS: lingkungan fungsional dalam bidang ekonomi dan politik relatif bersifat otonom dengan didasari oleh logika, prosedur dan aturan tersendiri yang terpisah dari aturan kehidupan pribadi di keluarga dan masyarakat;
3. Paham INTEGRASI, kegiatan bisnis tidak semata memiliki logika pokok untuk memaksimalkan keuntungan, tetapi juga merupakan bagian masyarakat & diawasi oleh tuntunan moral masyarakat: Dan masyarakat memiliki cara mempengaruhi dunia bisnis melalui peraturan, hukum dan mekanisme pasar (Steiner dan Steiner, 2006).

2.3. Prinsip-prinsip Profesi Pebisnis

1. Prinsip otonomi
2. Prinsip kejujuran
3. Prinsip keadilan
4. Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*)
5. Integritas moral
6. Tanggungjawab

Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadaran sendiri tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan. Kejujuran merupakan sifat dimana perkataan sesuai dengan perbuatan. Misalnya jujur dalam memenuhi syarat-syarat perjanjian kontrak, jujur dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan. Prinsip ini paling problematik karena masih banyak pelaku bisnis yang mendasarkan bisnisnya pada tipu-menipu atau tindakan curang (mungkin karena situasi eksternal tertentu atau karena dasarnya memang suka tipu-menipu).

Prinsip keadilan artinya menuntut agar tiap orang diperlakukan sama, sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Menuntut agar tiap orang dalam kegiatan bisnis, dalam relasi eksternal atau internal perusahaan perlu diperlakukan sesuai dengan hak masing-

masing. Menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Menuntut agar bisnis menguntungkan semua pihak. Mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Bisnis dijalankan dengan prinsip saling menguntungkan. Menuntut agar persaingan bisnis, yang kompetitif, melahirkan suatu *win-win solution*. Produsen ingin untung dan konsumen ingin mendapat barang dan jasa yang memuaskan (menguntungkan dalam bentuk harga dan kualitas yang baik).

Prinsip ini terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan, orang-orangnya maupun perusahaan.

- 1) Tanggungjawab mengandaikan bahwa suatu tindakan dilakukan dengan sadar dan tahu. Tanggungjawab seseorang hanya dapat dituntut kalau bertindak sadar dan tahu tentang konsekuensi tindakannya
- 2) Tanggungjawab mengandaikan kebebasan. Tanggungjawab hanya mungkin relevan dituntut dari seseorang, kalau tindakannya itu dilakukan secara bebas.
- 3) Tanggungjawab mensyaratkan bahwa orang yang melakukan tindakan tertentu memang mau dan bersedia melakukan tindakan itu (Syarat ini relevan dengan syarat 1&2).

2.4. HISTORI ETIKA BISNIS

Konsep Tanggungjawab Sosial (*Social responsibility*) & Etika Bisnis (*Business Ethics*)

Konsep CSR dan etika Bisnis seringkali dianggap serupa. Gerakan tanggungjawab sosial (CSR) secara prinsipal bangkit pada tahun 60-an. Gerakan tanggungjawab sosial sebenarnya merupakan salah satu aspek dari keseluruhan etika bisnis. Gerakan tanggungjawab sosial secara prinsipal bangkit pada tahun 60-an yang meningkatkan kesadaran publik tentang peran bisnis dalam membantu membudayakan dan memelihara praktik etika bisnis di masyarakat dan khususnya dalam lingkungan alam.

CIKAL BAKAL CSR

Secara histori, perhatian dalam "*business ethics*" meningkat dramatis selama tahun 1980 dan 1990an, baik di kalangan korporasi maupun akademisi. Sebagai contoh: saat ini website dari berbagai korporasi besar menekankan pada komitmen mereka untuk mempromosikan nilai-nilai bukan ekonomi dengan ragam judul (*ethics codes, social responsibility charters*). Dalam beberapa kasus, korporasi mendefinisi ulang nilai-nilai pokok mereka dalam mempertimbangkan etika bisnis.

Etika bisnis terdiri dari dua kata: Etika dan Bisnis. Etika sebagai wujud kesepakatan dan atau kesepahaman umum mengenai cara bertingkah laku untuk mengatur relasi sosial antar-orang atau antara individu dan masyarakat atau antarmasyarakat adalah dimaksudkan untuk mencapai relasi yang saling menguntungkan atau yang tidak saling merugikan. Wujud konkrit suatu etika boleh jadi tidak tertulis atau tertulis. Perwujudan etika yang tidak tertulis biasanya berlangsung melalui proses pewarisan (sosialisasi) dari generasi ke generasi.

PENGERTIAN ETIKA BISNIS

Business ethics is a form of the art of applied ethics that examines ethical rules and principles within a commercial context, the various moral or ethical problems that can arise in a business setting, and any special duties or obligations that apply to persons who are engaged in commerce. Business ethics dapat merupakan suatu disiplin yang normatif dan deskriptif.

Sebagai suatu korporasi praktis dan suatu karir/bidang spesifik, maka di lapangan sifatnya adalah normatif. Di dunia akademi, pendekatan deskriptif juga digunakan Rank dan kuantiti isu-isu bisnis yang bersifat etika merefleksikan derajat dimana bisnis adalah ditempatkan sebagai sesuatu yang memiliki kemungkinan dengan nilai-nilai sosial non-ekonomi.

PRAKTIK PENERAPAN ETIKA BISNIS

Praktik penerapan etika bisnis yang paling sering dijumpai masih terbatas pada penyediaan buku saku kode etik (*code of conduct*) perusahaan (pra-penerapan). Buku kode etik perusahaan biasanya mengkodifikasi nilai-nilai etika bisnis & budaya perusahaan (*corporate culture*) dalam suatu bentuk rumusan tata-tindak tertulis mengenai segala sesuatu yang dapat & tidak dapat dilakukan oleh manajemen & karyawan perusahaan bersangkutan. Etika dapat ditafsirkan sebagai bagian dari *Code of Conduct* dari suatu entitas usaha (Kwik Kian Gie, 2003). Dalam *Code of Conduct* tercantum nilai-nilai etika berusaha sebagai salah satu pelaksanaan kaidah-kaidah *Good Governance*. *Code of Conduct* itu harus disusun berdasar prinsip-prinsip etika bisnis yang tepat, benar dengan memperhatikan prinsip berkeadilan (*fairness*) dan tidak semata-mata mencari keuntungan usaha.

2.5. PERAN dan MANFAAT ETIKA

Seorang manusia akan menyelaraskan segala perkataan dan tingkah laku menurut etika yang berlaku di lingkup dia bertempat tinggal dan atau bekerja. Tidak ada satupun manusia yang dapat hidup sebebaskan-bebasnya karena manusia hidup dalam suatu tingkah laku standar, religi, norma, nilai moralitas, dan hukum yang mengatur bagaimana seseorang harus bertindak dan mengendalikan semangat kebebasan (*freedom*) serta tunduk terhadap etika yang disepakati secara luas. Standar moral yang dikenakan atas orang per orang dianggap menghalangi kebebasan individu (Lukes, 1973).

Menurut paham sosialis, kebebasan dianggap sebagai pemerataan pembagian kekuasaan dan tentunya juga kebebasan. Istilahnya, kebebasan tanpa kesetaraan adalah serupa dengan penjajahan oleh mereka yang berkuasa.

Etika memiliki peran penting dalam kehidupan manusia karena seseorang tidak mungkin hidup sendiri dan menetapkan mana yang benar dan tidak benar, mana yang baik dan tidak baik menurut kata hati sendiri. Sebagai bagian dari suatu keluarga dan masyarakat maka seseorang akan tunduk pada aturan, nilai dan norma yang telah disepakati oleh keluarga dan masyarakat dimana dia bertempat tinggal. Dan kesepakatan ini akan berlangsung lama dan menjadi komitmen bersama untuk ditindaklanjuti dalam wujud tingkah laku, tindak-tanduk dan cara bergaul sesama manusia, di lingkup keluarga dan di masyarakat, yang diwariskan dari generasi ke generasi. Dengan kata lain, etika mencakup segala aspek tindakan kehidupan manusia, baik yang bersifat deskriptif maupun normatif.

Peran dan kemanfaatan etika dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat menjadi sangat penting dalam mengatur kehidupan seseorang, keluarga, masyarakat dan bahkan suatu negara dimana orang, keluarga, dan masyarakat berada di dalamnya. Mengapa demikian? karena dalam suatu negara, walau sudah ada hukum yang mengatur tentang baik-buruk, salah-benar tindakan yang dilakukan oleh warganya, ternyata etika tetap diperlukan. Pertanyaannya adalah mengapa? karena norma hukum (1) tidak selalu dapat menjangkau wilayah abu-abu, yang dapat dilihat hanya wilayah hitam-putih (2) tidak selalu cepat-tanggap terhadap perubahan zaman, sehingga sering terdapat kesenjangan hukum yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan orang perseorangan atau kelompok tertentu dan sebaliknya merugikan pihak lain, (3) sering tidak mampu mendeteksi dampak di kemudian hari dilihat dari moral-etis.

Etika pada dasarnya mengajak orang untuk bersikap kritis dan rasional di

dalam melakukan suatu keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan sehingga tidak bertentangan dengan nilai dan norma yang berlaku tetapi juga tidak mengorbankan kepentingan orang per orang dalam tatanan masyarakat luas. Dengan demikian ketenangan dan harmonisasi di dalam suatu keluarga, masyarakat dan negara juga akan terjaga (Hubeis, 2008). Paham kebenaran dan kebaikan suatu etika sering berbenturan dengan paham kebebasan yang dalam konteks global sering disebut paham individualisme dan liberalisme atau paham separatisme atau paham ..isme.

ETIKA DESKRIPTIF & NORMATIF

Etika deskriptif adalah bentuk etika yang berusaha menganalisis secara kritis, logis dan rasional mengenai sikap dan perilaku manusia serta apa yang ingin dicapai oleh seseorang sebagai sesuatu yang bernilai dalam hidup dan kehidupannya. Etika deskriptif memberi fakta sebagai dasar pengambilan keputusan tentang bentuk perilaku (kognisi, afeksi dan aksi) yang akan dipilih oleh seseorang untuk dijadikan acuan hidupnya.

Etika normatif adalah bentuk etika yang berusaha merumuskan pola perilaku normatif atau ideal yang seharusnya dimiliki dan diterapkan oleh seseorang sehingga hidup dan kehidupannya mempunyai arti yang bermakna: Etika normatif memberi penilaian sekaligus memberi norma sebagai dasar dan kerangka tindakan yang akan diputuskan.

BAHAN BACAAN

Amartya Sen. 1991. *On Ethics & Economics*. Basil Blackwell Ltd. UK

A.Sonny Keraf. 1998 . Etika Bisnis. Pustaka Filsafat. Penerbit Kanisius. Jakarta

Ketut Rinjin. 2004 . Etika Bisnis dan Implementasinya. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Laura Hartman, Burr Ridge, 2004. *Perspectives in Business Ethics*, IL: McGraw-Hill.

Robby I.Chandra. 1995 . Etika Dunia Bisnis. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.

Sims, R. 2003. *Ethics and Corporate Social Responsibility – Why Gints Fall*.T. Greenwood Press.

Sterling Harwood, Belmont, CA, 1996. *Business as Ethical and Business as Usual*, : Wadsworth Publishing.

Sudiro Suprpto. 2005. Etika : Rahasia Sukses Manajer Masa Depan. Progres. Jakarta.