

Bab 3.

Teori-teori Etika Bisnis

Pembahasan:

Teori-teori dalam etika bisnis:

- Teori utilitarisme
- Teori deontology
- Teori hak
- Teori keutamaan

3.1. Aliran etika yang berpengaruh dalam perkembangan etika bisnis:

- a) **Utilitarianisme**, yaitu tradisi etis yang membimbing keputusan berdasarkan seluruh konsekuensi dari tindakan yang diambil
- b) **Tradisi etis deontologis** mengarahkan tindakan berdasarkan prinsip-prinsip moral
- c) **Teori keadilan sosial** dengan kesamaan sebagai prinsip sosial utama
- d) **Etika keutamaan/kebaikan** (*virtue ethics*) yang mengarahkan pertimbangan karakter moral individu dan bagaimana berbagai sifat karakter ini berkontribusi dalam, atau menghalangi, kehidupan berbahagia dan bermanfaat.

Pada dasarnya teori etika ini terbagi atas dua macam, yaitu:

- a) **Teori Deontologi** berasal dari bahasa Yunani, "*Deon*" berarti kewajiban. Etika Deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibatnya atau tujuan baik dari tindakan yang dilakukan melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada sendiri. Dengan kata lain, bahwa tindakan itu bernilai moral tindakan itu dilaksanakan terlepas dari tujuan atau akibat dari tindakan itu. Contoh: suatu tindakan bisnis akan dinilai baik bagi penjual karena tindakan itu sejalan dengan kewajiban penjual, dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya, serta menawarkan produk dan jasa yang mutunya sebanding dengan harganya.
- b) **Etika Teologi**, yaitu etika yang mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan

akibatnya yang ditimbulkan atas tindakan yang dilakukan. Suatu tindakan dinilai baik, jika bertujuan mencapai sesuatu yang baik, atau akibat yang ditimbulkannya baik dan bermanfaat. Misalnya mencuri sebagai etika teologi tidak dinilai baik atau buruk berdasarkan tindakan itu sendiri, melainkan oleh tujuan dan akibat dari tindakan itu. Jika tujuannya baik, maka tindakan itu dinilai baik. Contoh seorang anak mencuri uang untuk membiayai berobat ibunya yang sedang sakit. Tindakan ini baik untuk moral kemanusiaan, tetap dari aspek hukum tindakan ini melanggar hukum. Etika teologi lebih bersifat situasional, karena tujuan dan akibatnya suatu tindakan yang bisa sangat bergantung pada situasi khusus tertentu. Oleh karena itu, setiap norma dan kewajiban moral tidak bisa berlaku begitu saja dalam situasi sebagaimana dimaksudkan.

Perkembangan Konsep Etika Bisnis

Konsep etika bisnis telah berkembang sejak jaman kejayaan Yunani (Blok, 2022). Namun etika sebagai salah satu cabang ilmu, baru berkembang dengan mulai abad ke-15, terutama setelah munculnya dampak negative dari eksploitasi perusahaan baik terhadap sesama manusia maupun terhadap alam.

Terdapat dua aliran utama yang cukup besar kontribusinya terhadap perkembangan etika yaitu aliran klasik dan aliran modern (Conrad, 2022). Aliran klasik lebih menitik beratkan pada dasar-dasar dan manfaat tindakan bisnis yang etis, sementara aliran modern lebih menitikberatkan pada moralitas yang memberi manfaat bagi keseluruhan pemangku kepentingan terkait sebuah organisasi bisnis.

Aliran Klasik

Aliran klasik dipelopori oleh Emanuel Kant, Jeremy Bentham dan John Stuart Mill.

1. Penalaran etis Kant

Emanuel Kant berpendapat bahwa setiap keputusan bisnis harus didasari pada nilai-nilai etis yang baik (Sison et al., 2018). Ada tiga alasan keputusan-keputusan tersebut harus didasari nilai-nilai etis yang baik, yaitu dorongan praktis, kategoris dan publisitas. Dalam konteks imperatif praktis, pengambil keputusan bisnis harus memperhitungkan tujuan suatu tindakan, efeknya terhadap orang lain. Dalam konteks dorongan imperatif kategoris, berarti pengambil keputusan harus mempertanyakan pada dirinya sendiri apakah perilakunya memenuhi prinsip yang juga ingin dia temukan umumnya diterapkan di masyarakat. Semua manusia akan berperilaku seperti ini, dan agen akan terkena perilaku yang sama dari orang lain. Dorongan publisitas, artinya, aturan perilaku sedemikian rupa sehingga jika agen

akan takut akan tanggapannya masyarakat jika tindakannya diketahui publik yang menganggap bahwa keputusan itu tidak adil bagi hak orang atau entitas lain.

2. Kewajiban etis (*deontological ethics*)

Dari sudut pandang etika, tugas adalah apa yang harus dilakukan. Etika deontologis adalah pandangan etika normatif yang menilai moralitas suatu tindakan berdasarkan kepatuhan pada peraturan. Etika ini kadang-kadang disebut etika berbasis “kewajiban” atau “obligasi” karena peraturan memberikan kewajiban kepada seseorang atau institusi untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

3. Etika tanggung jawab (*teleological ethics*)

Etika *teleology* mengukur baik dan buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dengan tindakan itu atau berdasarkan akibat yang ditimbulkan oleh tindakan tersebut (Rendtorff, 2019). Teleologi bisa diartikan sebagai dasar pertimbangan moral akan baik buruknya suatu tindakan yang dilakukan adalah tanggung jawab terhadap akibat dari suatu keputusan.

4. *The utilitarianism of Jeremy Bentham*

Jeremy Bentham berpendapat bahwa sebuah tindakan dikatakan benar dan etis apabila menghasilkan kebahagiaan, atau sebaliknya salah atau tidak etis jika menimbulkan penderitaan. Kebahagiaan yang dimaksud bukan hanya bagi pelaku, tetapi juga bagi orang lain yang terkena dampaknya. Utilitarianisme setuju bahwa tindakan yang baik adalah suatu tindakan yang menghasilkan manfaat (Ohreen et al., 2022). Sebaliknya, tindakan yang tidak menghasilkan manfaat adalah tindakan yang buruk. Lebih jauh, utilitarianisme menjadikan kuantitas individu yang merasakan manfaat sebagai tolak ukur baik atau buruknya suatu tindakan. Semakin banyak yang merasakan manfaatnya maka semakin baik. Pandangan ini dalam ekonomi telah dikenal sebagai maksimalisasi manfaat.

Bentham menekankan kebahagiaan datang dari rasa niat baik, reputasi yang baik, kekayaan, kekuasaan, amal tetapi juga menempati karakteristik negatif seperti aib (Conrad, 2022). Penderitaan akibat kekurangan, reputasi buruk, permusuhan, dan kesenangan dapat timbul dari sedekah, ketakwaan, dan kesengsaraan. Dalam hal sedekah, seseorang memberi kepada orang lain dan merasakan kebahagiaan. Dalam kasus kedengkian, seseorang merasakan kesenangan ketika orang lain salah.

5. Millian utilitarianism

John Stuart Mill menyempurnakan teori etika utilitarianisme Bentham dengan menyatakan bahwa seharusnya yang menjadi tolak ukur tidak hanya sekedar dari banyak jumlahnya saja, melainkan kualitasnya pun patut mendapat perhatian. Sebab ada kebahagiaan yang kedudukannya lebih tinggi standarnya, serta ada pula yang memiliki standar dangkal. Mill berpandangan bahwa kesejahteraan atau kesenangan secara lahir dan batin harus dipunyai oleh semua masyarakat, tidak

hanya berlaku untuk individu semata.

B. Aliran Modern

Ekonomi Moral: Moralitas Harus Bermanfaat

Aspek moral keputusan tertentu harus diselaraskan dengan mencari keuntungan bagi perusahaan (Michaelson, 2022). Penyelarasan keputusan ini berlaku untuk semua tindakan yang meningkatkan kepercayaan pada perusahaan. Dalam banyak kasus, perusahaan disukai oleh pelanggannya karena produknya memenuhi standar moral khusus, misalnya untuk produsen yang disebut produk organik, untuk investasi berkelanjutan atau di bidang perdagangan yang adil. Pertimbangan persyaratan etika sebagai elemen kompetitif positif adalah masuk akal dan perlu bagi perusahaan jika hanya untuk kepentingan mereka sendiri (Liu et al., 2019). Namun, perusahaan juga memikul tanggung jawab jika mereka tidak dapat menegakkan perilaku yang dianggap benar secara moral karena persaingan (Mejia, 2022). Jika sebuah perusahaan tidak dapat menerapkan konsep moral tertentu baik dalam persaingan atau dengan mempengaruhi kerangka kerja, maka kemungkinan akan ditinggal pelanggannya.

Ekonomi moral menuntut perusahaan untuk menerima perbedaan tatanan moral. Kesalahan disebabkan oleh insentif palsu dalam ekonomi pasar, yang dapat diperbaiki jika diperlukan.

C. Prinsip Penilaian Etika Spesifik

Ada tiga indikator lain yang dapat digunakan untuk menilai etis tidaknya praktik bisnis (Weiss, 2022). Aspek-aspek tersebut adalah pemenuhan hak asasi manusia, perlindungan lingkungan dan perlindungan flora dan fauna.

1. Hak Asasi Manusia

Suatu keputusan ekonomi dianggap bermoral atau etis jika tidak merugikan orang lain atau organisasi lain (Soulsby et al., 2021). Dasar untuk ini penilaian adalah penerimaan hak orang lain dan makhluk hidup (termasuk hewan). Tiga hal yang tercakup dalam hak asasi manusia, yaitu:

a. Kebebasan individu, seperti lingkup kebebasan pribadi, kebebasan memilih tempat tinggal, kebebasan hati nurani dan agama, kebebasan berekspresi dan kebebasan informasi (kebebasan pers), kebebasan memilih pendidikan dan pekerjaan.

b. Nilai-nilai yang adil, seperti larangan diskriminasi, hak atas kesetaraan di depan hukum, upah yang sama untuk pekerjaan yang sama, hak pilih yang sama.

c. Kondisi kehidupan yang baik, seperti larangan penyiksaan, perlindungan sosial keberadaan yang bermartabat, perlindungan dari perlakuan

yang merendahkan.

2. Perlindungan lingkungan sebagai keberlanjutan

Ekonom John Stuart Mill sudah mengakui lingkungan sebagai sesuatu yang berharga aset. Perlindungan lingkungan adalah kriteria lain untuk penilaian etis dari aktivitas ekonomi. Sumber daya lingkungan kita tidak hanya harus dijaga dalam jangka pendek untuk generasi sekarang, tetapi juga dalam jangka panjang untuk generasi mendatang.

Manusia saat ini memikul tanggung jawab atas fakta bahwa alam dasar kehidupan juga harus tersedia bagi generasi mendatang. Keberlanjutan bisa oleh karena itu dapat ditelusuri kembali ke hak asasi manusia jika hak yang sama untuk pemanfaatan alam adalah diasumsikan untuk generasi sekarang dan yang akan datang.

Lingkungan mewakili keduanya: dasar untuk produksi masa depan serta kesejahteraan atau kualitas hidup orang. Udara, laut, dan hutan adalah contohnya barang-barang lingkungan tersebut. Keberlanjutan adalah perilaku ekonomi yang mengarah pada tidak ada perburukan kondisi ekonomi jangka panjang.

3. Perlindungan hewan

Karena hewan dapat menderita sebagai makhluk hidup, mereka juga dilindungi. Demikian, penggunaan hewan oleh manusia juga harus diimbangi dan ditimbang. Keanekaragaman hayati bukan hanya dasar untuk masa depan penggunaan ekonomi oleh manusia, tetapi juga menawarkan rasa hidup kepada orang-orang.

D. Penerapan Etika Bisnis

Etika bisnis diterapkan pada tingkat institusi makro, pada organisasi dan dalam kepemimpinan. Walaupun dasar dari keputusan etis sama pada setiap tingkatan, namun fokus pada setiap level berbeda.

Pada level institusi, visi organisasi yang umumnya ideal dan baik, menjadi dasar utama penilaian suatu tindakan etis atau tidak etis. Visi menjadi standar utama yang memiliki dampak baik langsung maupun tidak langsung pada para pemangku kepentingan. Norma-norma yang ada dalam visi serta misi organisasi membantu karyawan untuk membuat keputusan etis dalam setiap situasi yang dihadapi.

Pada level operasional perusahaan, standar etika dapat dipenuhi dengan menggunakan misi dan tujuan-tujuan jangka menengah dan pendek sebagai standar etika bisnis. Dalam konteks ini, pengambil keputusan memasukkan tujuan yang terukur (pertumbuhan dalam persen) dan referensi waktu (tahun atau bulan) selain tujuan (misalnya laba atau omset) dan ruang lingkup material (total perusahaan atau divisi).

Pada level kepemimpinan, keputusan-keputusan etis terfokus pada upaya untuk menggerakkan roda organisasi (Soulsby et al., 2021). Aspek-aspek etis pada level ini lebih pada hubungan antara pimpinan dan bawahan dan lintas unit dalam sebuah organisasi. Hubungan antara pimpinan dan bawahan harus didasari oleh profesionalitas dan jalur-jalur wewenang serta tanggung jawab yang sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan.

Referensi

Alshehri, F., Fotaki, M., dan Kauser, S. (2021). The Effects of Spirituality and Religiosity on the Ethical Judgment in Organizations. *Journal of Business Ethics*, 174, 567-593.

Basu, D. & Miroshnik, V. (2021). *Ethics, Morality and Business: The Development of Modern Economic Systems*. Palgrave Macmillan, Switzerland.

Blok, V. (2022). *The Critique of Management Towards a Philosophy and Ethics of Business Management*. New York, USA: Rootledge.

Bruder, I. (2021). A Social Mission is Not Enough: Reflecting the Normative

Foundations of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 174, 487-505.

Conrad, C. A. (2022). *Business Ethics – A Philosophical and Behavioral Approach, 2nd Edition*. Springer, Switzerland.

Fassin, Y. (2022). Business ethics research at the world's leading universities and business schools Business Ethics. *Environment & Responsibility*, 31, 474-494.

Liu, Y., Mai, F., & Mac Donald, C. (2019). A big-data approach to understanding the thematic landscape of the field of business ethics, 1982-2016. *Journal of Business Ethics*, 160(1), 127-150.

Lozano, J. M. (2022) From Business Ethics to Business Education: Kolvenbach's Contribution. *Humanistic Management Journal* 7, 135-156.

Mejia, S. (2022). Socratic Ignorance and Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, 175, 537-553.

Michaelson, C. (2022). Leadership and Character(s): Behavioral Business Ethics in 'War and Peace'. *Journal of Business Ethics*, 177, 31-47.

Moriarty, J. (2022), *Business Ethics – A Contemporary Introduction*. New York, USA: Routledge.

Ohreen, D. Et al., (2022), Vygotskian Business Ethics: The Influence of Peers on Moral Reasoning in Business, Ethics Education. *Journal of Management Education*, 46 (1), 70-105.

Rendtorff, J. D. (2019). *Philosophy of Management and Sustainability: Rethinking Business Ethics and Social Responsibility in Sustainable Development*. London, UK: Emerald Publishing Limited.

Sison, A. J., Ferrero, I. & Guitián, G. (2018). *Business Ethics: A Virtue Ethics and Common Good Approach*. New York: Routledge.

Soulsby, A., Remišová, A. & Steger, T. (2021). Management and Business Ethics in Central and Eastern Europe: Introduction to Special Issue. *Journal of Business Ethics*, 174, 739-746.

Weiss, J. W. (2022). *Business Ethics, 7th Edition*. Oakland, USA: Berrett-Koehler Publishers.