

BAB 1

APA ITU ETIKA

Definisi Etika

Teori-teori Etika

Bisnis dan Etika dalam Dunia Modern

Definisi Etika

Bisa dikatakan bahwa “teori etika” dapat membantu para pengambil keputusan untuk bisa memberikan penilaian, apakah sebuah keputusan itu sudah etis atau belum. Teori etika mendasari dan menyediakan sebuah kerangka kemungkinan kepastian benar atau tidaknya suatu keputusan moral.

Dengan berdasarkan pada sebuah teori etika, keputusan moral yang dilakukan bisa menjadi beralasan. Dengan kata lain, dengan teori etika keputusan dijauhkan dari suasana sewenang-wenang dan terhindar dari ketidakpastian hukum dan ketidakpuasan. Sebuah teori etika tertentu membantu pengambilan keputusan moral. Teori etika menyediakan justifikasi bagi keputusan yang dilakukan oleh para manajer.

DEFINISI ETIKA

Etika adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar dan adil. Etika merupakan cabang

ilmu filsafat, mempelajari perilaku moral dan immoral, membuat pertimbangan matang yang patut dilakukan oleh seseorang kepada orang lain atau kelompok tertentu.

Etika dikategorikan sebagai filsafat moral atau etika normatif. Etika adalah suatu perilaku normatif. Etika normatif mengajarkan segala sesuatu yang sebenarnya benar menurut hukum dan moralitas. Etika mengajarkan sesuatu yang salah adalah salah dan sesuatu yang benar adalah benar. Sesuatu yang benar tidak dapat dikatakan salah dan sebaliknya sesuatu yang salah tidak dapat dikatakan benar. Benar dan salah tidak dapat dicampur adukkan demi kepentingan seseorang atau kelompok.

Untuk memahami pengertian etika secara praktis, diperlukan usaha memperbandingkan etika dengan moralitas. Etika maupun moralitas sering diperlakukan sama sejajar dalam memberi arti terhadap sebuah peristiwa interaksi antar manusia.

Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos*, bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti 'adat istiadat'. Berarti etika berhubungan dengan kebaikan hidup, kebiasaan atau karakter baik terhadap seseorang, masyarakat atau terhadap kelompok masyarakat.

Kedua, Etika dalam pengertian kedua ini dimengerti sebagai filsafat moral, atau ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas dan etika.

Istilah moral berasal dari kata Yunani *mores*, berarti kebiasaan atau cara hidup. Istilah lain yang mirip dengan moral ialah etika. Moral menunjukkan tindakan seseorang adalah benar atau salah, sementara etika adalah sebuah studi tentang tindakan moral atau sistem atau kode perilaku yang diberlakukan. Jadi etika mempelajari, mengukur dan menentukan apakah sebuah perilaku bisa dikatakan baik atau buruk. Perilaku bagaimana yang boleh dan tidak boleh dilakukan, yang benar dan tidak dibenarkan dilakukan.

Tujuan Etika

Dua tujuan etika antara lain menilai perilaku manusiawi berstandar moral, dan memberikan ketepatan nasehat tentang bagaimana bertindak bermoral pada situasi tertentu.

Tahapan Etika Bisnis

Etika bisnis dapat dilaksanakan dalam tiga tahapan: tahap makro, tahap meso, dan tahap mikro. Ketiga tahap ini membahas kegiatan ekonomi dan bisnis. Ditahap makro, etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi secara total.

Pada tahap meso (menengah), etika bisnis mempelajari persoalan etika dalam organisasi. Organisasi di sini dapat diasosiasikan sebagai organisasi perusahaan, serikat buruh, lembaga konsumen, perhimpunan profesi, dan lain-lain.

Tahap mikro memusatkan perhatiannya pada persoalan individual sehubungan dengan aktifitas ekonomi atau bisnis. Pada tahap ini dipelajari tanggung jawab etis karyawan dan

majikan, bawahan dan manajer, produsen dan konsumen, pemasok, dan investor.

Teori-Teori Etika

UTILITARIANISME

Teorى utilitarianisme mengatakan bahwa suatu kegiatan bisnis adalah baik dilakukan jika bisa memberikan manfaat kepada sebagian besar konsumen atau masyarakat. Teori utilitarianisme sebagai teori etika kegunaan suatu tindakan ekonomis, sesuai sekali dengan prinsip prinsip ekonomis. Teori ini cukup jelas dengan dijelaskan melalui teori *cost benefit analysis* yang dipakai dalam konteks ekonomi. Manfaat utilitarianisme mampu menghitung keuntungan dan kerugian atau kredit dan debet dalam bisnis. Banyak penganut utilitarianisme mengusahakan melaksanakan perhitungan etis ekonomis tersebut.

DEONTOLOGI

'Deontologi' berasal dari kata Yunani "deon", berarti kewajiban. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan

dibenarkan berdasarkan atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan kewajiban bertindak baik kepada orang lain sebagaimana keinginan diri sendiri selalu berlaku baik baik pada diri sendiri.

Deontologi merupakan teori etika yang menyatakan bahwa yang menjadi dasar bagi baik buruknya suatu perbuatan adalah kewajiban seseorang untuk berbuat baik kepada sesama manusia. Merupakan teori etika yang memberi jawaban atas pertanyaan “mengapa suatu perbuatan adalah baik dan perbuatan itu harus ditolak sebagai buruk”, deontologi menjawab: “karena perbuatan pertama menjadi kewajiban seseorang untuk berbuat baik pada orang lain dan karena perbuatan kedua dilarang untuk dilakukan”.

TEORI HAK

Setiap insan ekonomis memiliki hak, sejalan dengan itu ia juga memiliki kewajiban secara ekonomis. Secara moral evaluasi terhadap berbagai peristiwa ekonomis didasari oleh teori hak. Teori hak ini merupakan pendekatan relatif banyak dipakai mengevaluasi baik buruknya suatu perbuatan atau perilaku seseorang atau sekelompok orang. Teori hak merupakan aspek dari teori deontologi, karena hak berhubungan dengan kewajiban. Bahkan hak dan kewajiban seperti dua sisi mata uang logam yang saling melengkapi. Seseorang biasanya memiliki hak sekaligus kewajiban untuk berlaku sesuatu kepada orang lain.

TEORI KEUTAMAAN

Keutamaan didefinisikan sebagai penggambaran watak mengenai perilaku seseorang dan memungkinkan nya bertingkah laku baik secara moral. Kebijaksanaan, merupakan suatu keutamaan seseorang sehingga bermodal hal tersebut seseorang mampu mengambil keputusan tepat dalam berbagai kondisi. Keadilan merupakan perwujudan nilai keutamaan lainnya mendorong seseorang mampu memberikan kepada sesama segala sesuatu yang menjadi haknya. Kerendahan hati adalah keutamaan dimana seseorang tidak ingin menonjolkan diri, sekalipun situasi mengizinkan. Suka bekerja keras juga nilai keutamaan yang menjamin seseorang untuk menghindari tindakan bermalasan. Prestasi bisnis yang baik adalah prestasi bisnis didasari oleh nilai nilai keutamaan. Hidup yang baik adalah *virtuous life*: hidup keutamaan, *Life is precious*, hidup adalah utama dan sangat berharga maka gunakanlah setiap menit yang ada untuk berbuat sesuatu kebaikan kepada umat manusia.

RELATIVISME

Bila selalu dalam kondisi perilaku normal, maka pada dasarnya setiap orang cenderung bersedia berperilaku utama atau baik. Mereka yakin bahwa adat-istiadat, agama atau kepercayaan yang dianutnya dari daerah di mana ia dibesarkan diyakini merupakan adat istiadat terbaik di banding lain-lainnya. Dengan keadaan ini, maka setiap

orang berkondisi kejiwaan normal tidak dapat membantah peristiwa serupa. Banyak fakta menunjukkan bahwa hal tersebut merupakan perilaku atau pendapat umum dan menjadi adat istiadat turun temurun suatu daerah.

Pengertian Norma dan Nilai

Norma dapat didefinisikan sebagai harapan yang spesifik mengenai perilaku nyata, juga bertindak sebagai kriteria untuk menilai kualitas perilaku manusia.

Nilai-nilai adalah harapan dan gambaran yang lebih umum tentang perilaku manusia, yang mungkin sadar atau tertanam secara sangat dalam sehingga tidak dapat dirumuskan secara verbal. Dengan demikian, nilai-nilai dapat didefinisikan sebagai gambaran yang abstrak, kolektif yang manusia percaya bahwa hal itu adalah benar, baik dan layak untuk dicapai.

Norma etis tergantung lokasi geografis, norma etis tidak sama di berbagai tempat, norma etis satu tempat belum tentu sama dengan norma etis berlaku di tempat lain.

Perlu diyakini bahwa norma norma yang berkembang dalam diri sendiri yang paling benar dan tepat, jadi nilai kejiwaan masing masing manusia mampu menilai sendiri keetisan suatu tindakan bisnis yang sesuai dengan perasaan dan pikirannya. Sehingga prinsip yang harus dipegang adalah bertindak di mana saja sesuai dengan prinsip yang dianut, dirasa benar dan berlaku bagi diri sendiri. Bisa juga

mengikuti prinsip kebenaran yang berlaku dinegara asal diri sendiri, namun pandangan tersebut dikritik oleh Richard T. De George sebagai Immoralis Naif, yang berarti tidak ada norma moral lain yang perlu diikuti sama sekali karena setiap negara mempunyai nilai norma masing masing yang dianggapnya benar atau salah.

BEBERAPA PRINSIP ETIKA

Prinsip Otonomi

Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan tuntunan hati nuraninya, kesadarannya sendiri mengenai sesuatu kebaikan untuk diberikan kepada orang lain.

Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran dalam setiap tindakan atau perikatan bisnis merupakan keutamaan. Kejujuran diperlukan dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Dalam perikatan perjanjian dan kontrak tertentu, semua pihak saling percaya satu sama lain, bahwa masing-masing pihak tulus dan jujur membuat perjanjian dan kontrak, serius, tulus dan jujur melaksanakan perjanjian. Kejujuran sangat penting artinya bagi kepentingan masing-masing pihak, kejujuran sangat menentukan keberlanjutan relasi dan kelangsungan bisnis selanjutnya.

Prinsip Keadilan

Tindakan memberikan keadilan terhadap keterlibatan semua pihak dalam bisnis merupakan praktek keutamaan. Prinsip keadilan perlu dilakukan agar setiap orang dalam kegiatan bisnis secara internal maupun eksternal perusahaan diperlakukan sesuai dengan hak dan kewajiban masing-masing.

Prinsip Saling Menguntungkan

Kegiatan bisnis perlu memberikan keadaan saling menguntungkan kepada keterlibatan setiap pihak dalam bisnis, hal tersebut merupakan cerminan prinsip keutamaan. Saling menguntungkan merupakan cermin integritas moral internal pelaku bisnis atau perusahaan agar nama baik pribadi atau nama baik perusahaan untuk berbisnis tetap terjaga, dipercaya dan kompetitif.

ETOS BISNIS

Etos adalah suatu upaya seseorang atau kelompok membiasakan diri menghayati, menghargai nilai nilai moral yang dianggapnya sesuai dan benar menurut diri maupun kelompoknya. Moral berfungsi sebagai pilar penunjang kekuatan tindakan bisnis dari seseorang atau kelompok. Bila mereka melanggar nilai moral tersebut maka dianggap tidak etis. Diharapkan etos bisnis yang telah disetujui bersama tersebut dapat diwariskan kepada generasi penerusnya. Etos

bisnis sebuah kelompok dengan kelompok bisnis lainnya dapat berlainan tergantung dari visi, misi yang dimiliki oleh kelompok tersebut.

PERHATIAN PADA STAKEHOLDER

Etika bisnis mengarahkan pebisnis untuk selalu memperhatikan kepentingan stakeholder dalam rangka melakukan kegiatan bisnisnya. Stakeholder merupakan kelompok gabungan antara internal dan eksternal. Kelompok internal terdiri dari pemilik perusahaan, manajer dan karyawan, sementara kelompok eksternal terdiri dari investor, konsumen, masyarakat yang bukan konsumen, distributor. Dengan memperhatikan kepentingan stakeholder maka diharapkan dalam interaksi bisnis terhindar dari perusakan lingkungan, penipuan, promosi menyesatkan, pemecatan karyawan dan sebagainya. Semua kegiatan bisnis diintegrasikan untuk menyejahterakan stakeholder bersamaan dengan itu pebisnis memperoleh keuntungan bisnisnya.

NORMA ETIKA

Norma sopan santun adalah etika berperilaku bagaimana caranya melakukan segala sesuatu secara terhormat, dengan hormat, menghargai keberadaan orang

lain, bermanfaat timbal balik, tidak menyinggung perasaan, sehingga tidak menyakiti hati orang lain.

Norma hukum, adalah norma pengatur berbagai perilaku yang boleh dan tidak untuk dilakukan, yang disosialisasikan dan disepakati masyarakat dan dituntut secara tegas pemberlakuannya oleh masyarakat demi keselamatan dan kesejahteraan individual maupun kelompok dalam kehidupan bermasyarakat.

Norma moral, mengatur mengenai sikap pola perilaku manusia terhadap manusia lain sesuai dengan harkat manusia. Norma moral ini memanusiakan manusia sebagai manusia, memuliakan manusia sebagai manusia. Jadi norma moral ini mengajarkan bagaimana caranya berinteraksi dengan manusia sesuai dengan harkat martabatnya sebagai manusia. Norma moral bisa berarti perilaku adil, jujur, baik dan buruk.

PERTIMBANGAN MORAL DAN NORMATIF

Pertimbangan moral dapat menggambarkan, mempertimbangkan dan menetapkan beberapa tindakan yang sepantasnya dilakukan oleh seseorang. Pertimbangan-pertimbangan tersebut menunjuk pada fakta-fakta, menyangkut norma-norma dan standar-standar untuk membuat rekomendasi mengenai bagaimana berperilaku yang baik atau tidak baik.

Pernyataan normatif mengandung suatu penilaian apa yang sebaiknya dan seharusnya dilakukan. Pernyataan

tersebut membuat suatu pertimbangan bersifat menilai suatu pokok permasalahan. Pernyataan tersebut dapat berupa perintah, harapan, permintaan, dorongan, larangan, peringatan, atau pendapat lain.

Pertimbangan Normatif Legal dan Normatif Moral

Pertimbangan normatif legal menggunakan norma-norma legal yang berlaku dan diterima masyarakat dalam kondisi khusus. Sementara itu pertimbangan normatif moral, menggunakan standar-standar moral yang diterima suatu masyarakat, kelompok atau perorangan. Standar-standar ini dapat diterapkan dalam kondisi tertentu sesuai dengan perkembangan keadaan dimana individu atau sekelompok masyarakat berada.

SIFAT-SIFAT STANDAR MORAL

Standar moral bersifat normatif. Keabsahan normative adalah bersifat tetap tidak berubah meskipun telah terjadi banyak pelanggaran-pelanggaran terhadapnya.

Velasquez (1992) mengemukakan lima standar antara lain:

1. Pada umumnya semua standar moral berhubungan dengan hal-hal berkonsekuensi serius bagi kesejahteraan individu maupun kelompok manusia. Standar moral juga diberlakukan terhadap kepentingan kesejahteraan hewan, rasa hormat kepada lingkungan alam sekitar.

2. Karena bersifat alamiah, maka standar moral tidak dapat ditetapkan atau diubah semena mena oleh keputusan badan-badan berwenang tertentu.
3. Standar moral bukan memihak kepentingan diri sendiri.
4. Standar moral didasarkan pada pertimbangan adil alamiah.
5. Semua standar moral berhubungan dengan perasaan manusia.

PERSOALAN UTAMA ETIKA PERILAKU MORAL

Dalam prakteknya, perbedaan antara pemikiran etika dan perilaku moral konvensional tidaklah jelas. Sebab, contoh-contoh yang terbaik dari pemikiran etika terapan ditemukan di antara para praktisi etika. Khususnya, mereka yang hidup dalam situasi kebudayaan berbeda menyebabkan tuntutan etika yang bertentangan, di mana pada akhirnya mereka mengembangkan pemikiran etika yang berbeda. Kalau kita terpaku dalam satu aturan moral, maka kita sering mengambil standar moral yang diperbolehkan dan banyak diakui oleh mayoritas masyarakat.

PERBEDAAN METODE DALAM TEOLOGI MORAL

Teologi adalah tinjauan moralitas menurut pengaruh keagamaan. Menurut teologi hanya terdapat satu kebenaran hakiki bagi tindakan manusia. Tindakan manusia dianggap benar apabila tindakan tersebut menyenangkan manusia

lain. Rumusan utama teologi moral Emanuel Kant adalah: Bertindaklah hanya berdasarkan petunjuk moral, jika pada saat yang sama anda menginginkannya menjadi aturan umum. Ciri khas dari filsafat moral adalah kemampuannya berkembang dalam pemikiran etis melalui cara-cara sangat sistematis, demikian Kant berpendapat dalam bukunya yang berjudul *Foundations of the Metaphysics of Morals*.

PATOKAN NILAI PERBUATAN ETIS

Beberapa ukuran penentu baik buruknya suatu perbuatan, tingkah laku? Ada tiga tolok ukur seperti: hati nurani, kaidah emas, dan penilaian masyarakat umum.

Hati Nurani

Hati nurani merupakan kata hati yang paling dalam yang hanya dapat diketahui oleh diri seseorang. Orang lain tidak dapat mengetahui kata hati seseorang sebenarnya kecuali Tuhan yang maha mengetahui. Perbuatan seseorang atau organisasi dikatakan baik bila dilakukan sesuai dengan hati nurani. Perbuatan dikatakan buruk, jika hal tersebut dilakukan dilaksanakan melawan suara hati nurani. Karena menyimpang dari keyakinan terdalam, maka bertindak melawan hati nurani berarti merusak integritas pribadi. Hati nurani sangat mengendalikan perilaku seseorang, melakukan sesuatu sesuai perintah hati nurani bukan berlawanan dengan suara hati nurani. Hati nurani hanya dimiliki oleh manusia. Setiap orang mempunyai hati nurani, termasuk orang tidak beragama. Bagi orang beragama, hati

nurani mempunyai arti khusus. Bila seseorang memutuskan secara moral berdasarkan suara hati nurani, maka keputusannya dipertanggung jawabkan kepada Tuhannya. Dengan demikian seseorang sadar secara penuh bahwa keputusannya berada di jalan Tuhan atau sebaliknya.

Hukum Emas

Pengukuran melalui kaidah emas terhadap perilaku baik buruk seseorang lebih mengena secara moral dan objektif. Prinsip kaidah emas antara lain: *Perlakukanlah orang lain sebagaimana diri sendiri ingin diperlakukan oleh orang lain*. Perilaku bisa dianggap secara moral baik, bila memperlakukan orang sebagaimana diri sendiri ingin diperlakukan. Setiap orang menginginkan agar dirinya diperlakukan dengan baik, maka sebaiknya yang bersangkutan harus bisa memperlakukan orang lain dengan cara demikian pula. Dengan demikian dari sisi moral lebih baik seseorang berlaku baik kepada orang lain.

Penilaian Umum

Sebuah tindakan bisnis dapat dikatakan etis apabila sebagian besar masyarakat apakah dari konsumen atau masyarakat bukan konsumen dapat menerima perlakuan terhadap mereka. Jadi perlakuan pebisnis kepada stakeholder dinilai oleh stakeholder secara umum. Hal ini adil karena sebagian besar masyarakat memberikan pandangannya mengenai berbagai hal yang dilakukan oleh para pebisnis apakah termasuk bermoral atau tidak. Jadi

kualitas etika pebisnis ditentukan penilaiannya oleh kelompok lebih besar yaitu stakeholder.

PERKEMBANGAN ETIKA BISNIS

Penjiwaan Etika

Sepanjang perjalanan sejarah, kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah lepas dari sisi etika karena bisnis selalu berhubungan dengan interaksi antar insan. Penjiwaan etika dalam bisnis sama usianya dengan bisnis itu sendiri. Sejak manusia mulai berniaga mereka tahu tentang kemungkinan timbulnya penipuan.

Etika menjiwai interaksi bisnis sebagaimana bidang lain dalam kehidupan manusia seperti politik, keluarga, seksualitas, berbagai profesi, dan sebagainya yang selalu memiliki dasar etika didalam pelaksanaannya.

Kebudayaan Yunani Kuno

Masyarakat Yunani kuno pada umumnya menilai buruk terhadap kegiatan dagang dan kekayaan. Warga negara seharusnya mencurahkan perhatian dan waktunya untuk kesenian dan ilmu pengetahuan serta filsafat, di samping memberi sumbangsih kepada pengurusan negara dan dalam keadaan mendesak turut membela negara. Namun perdagangan sebaiknya diserahkan kepada orang-orang asing dan pendatang.

Agama Kristen

Dalam kitab suci agama Kristen perjanjian lama maupun perjanjian baru terdapat berbagai pernyataan

kritikan terhadap upaya kepemilikan kekayaan dan uang, para orang kaya diminta membuka hatinya untuk mendermakan sebagian kekayaannya kepada kaum miskin, janda dan yatim piatu, serta untuk mereka yang mengalami penderitaan dalam perjuangan hidup di dunia ini.

Agama Islam

Menurut catatan peristiwa dalam sejarah, agama Islam memiliki pandangan lebih positif dan membangun terhadap image perdagangan dan kegiatan ekonomis. Islam tidak memperkenankan diberlakukan perdangan secara 'riba' karena merugikan orang lain. Islam mewajibkan pemberian zakat fitrah kepada orang tidak berpunya karena hal tersebut menolong kehidupan orang miskin. Selain itu dianjurkan pula kepada orang Islam untuk memberikan sebagian hartanya kepada orang yang membutuhkannya. Islam berpendapat bisnis dapat dilakukan sepanjang saling memberikan keuntungan kepada pihak yang berdagang. Islam tidak mencurigai kegiatan bisnis sekalipun di era awal Islam modern. Nabi Muhammad S.A.W sendiri adalah seorang pedagang, ajaran agama Islam diawali dan disebarluaskan terutama melalui para pedagang.

Kebudayaan Jawa

Dalam tradisi kebudayaan Jawa, mayoritas masyarakat mencurigai kemunculan dan kepemilikan kekayaan. Pandangan demikian tentu tidak kondusif dan menghambat laju kemajuan serta semangat kewiraswastaan. Pandangan masyarakat pada umumnya menyatakan bahwa kekayaan

tidak dihargai sebagai hasil jerih payah seseorang atau sebagai prestasi dalam berusaha.

Kemunculan Etika Bisnis

Etika bisnis pertama kali timbul di Amerika Serikat di tahun 1970-an dan cepat meluas ke belahan dunia lain. Berabad-abad lamanya etika dibicarakan secara ilmiah membahas mengenai masalah ekonomi dan bisnis sebagai salah satu topik penting untuk dikembangkan di zaman bisnis modern. Filsafat berkembang di zaman filsuf Plato, Aristoteles, dan filsuf-filsuf Yunani lain membahas bagaimana pengaturan interaksi kehidupan bisnis manusia bersama dalam Negara, ekonomi dan kegiatan niaga. Filsafat dan teologi zaman pertengahan serta kelompok Kristen maupun Islam tetap membahas hal yang dianggap penting tersebut. Moralitas ekonomi dan bisnis merupakan pembahasan intensif filsafat dan teologi zaman modern.

Para ilmuwan, filsuf dan pebisnis Amerika Serikat dan negara lain di dunia mendiskusikan etika bisnis sehubungan dengan konteks agama dan teologi sampai sekarang.

Perkembangan Etika Bisnis 1980-an

Di Eropa Barat etika bisnis sebagai ilmu baru mulai berkembang kira-kira sepuluh tahun kemudian, diawali oleh Inggris yang secara geografis maupun kultural paling dekat dengan Amerika Serikat, disusul kemudian oleh negara-negara Eropa Barat lainnya.

Kini etika bisnis bisa dipelajari, dan dikembangkan di seluruh dunia. Kita mendengar tentang kehadiran etika

bisnis di Amerika Latin, Asia, Eropa Timur, dan di kawasan dunia lainnya. Sejak dimulainya liberalisasi ekonomi di Eropa Timur, dan runtuhnya sistem politik dan ekonomi komunisme tahun 1980-an, Rusia dan negara eks-komunis lainnya merasakan manfaat etika bisnis, pemahaman etika bisnis mendorong peralihan sistem sosialis ke ekonomi pasar bebas berjalan lebih lancar.

Etika bisnis sangat diperlukan semua orang dan sudah menjadi kajian ilmiah meluas dan dalam. Etika bisnis semakin dapat disejajarkan diantara ilmu-ilmu lain yang sudah mapan dan memiliki ciri-ciri khusus sebagai sebuah cabang ilmu.

MORAL BISNIS MODERN DEWASA INI

Keprihatinan moral terhadap bisnis kini memasuki tahapan yang lebih maju dari sekedar ukuran tradisional. Zaman multinasional konglomerat dan korporasi sedang berkembang secara signifikan. Kini masyarakat berada dalam fase perkembangan bisnis dan ekonomi kapitalisme. Semenjak kejatuhan sistem komunisme, maka kapitalisme berkembang pesat tanpa timbul hambatan yang berarti. Kini bisnis telah menjadi besar meninggalkan bisnis tradisional yang semakin terdesak bahkan terakuisisi. Kekayaan mayoritas perusahaan swasta diberbagai Negara dapat melebihi kekayaan Negara.

KRITIK KEPADA ETIKA BISNIS

Etika bisnis secara ilmiah diakui bahwa perkembangannya masih awal, sehingga masih memiliki berbagai kelemahan dibanyak sisi. Banyak hal perlu dikerjakan, diperbaiki dan Etika bisnis perlu terbuka terhadap upaya perbaikan dan terhadap kritik yang membangun. Hal tersebut perlu dilakukan karena etika bisnis merupakan cerminan perilaku moral masyarakat luas yang mewarnai perilaku bisnis, sementara itu pelaku bisnis adalah orang perorang yang memiliki perilaku selalu berubah dari waktu ke waktu. Demikian pula norma norma etika bisnis akan selalu bergeser dari waktu ke waktu, sehingga tindakan bisnis yang dianggap baik hari ini belum tentu tetap sama diwaktu yang akan datang.

Etika Bisnis Diskriminatif

Perilaku pebisnis selalu harus bernilai etika. Diskriminasi adalah membedakan status sosial masyarakat satu dengan yang lainnya, sementara itu semua manusia memiliki hak dan kewajiban yang sama, jadi diskriminasi terhadap manusia merupakan tindakan tidak etis. Satu prinsip etika berlaku untuk semua orang tanpa memandang status sosialnya. Kaya, miskin, pebisnis, penguasa atau masyarakat biasa harus tunduk pada prinsip etika bisnis yang sama. Kadang kala, sesuatu menjadi immoral apabila dilakukan oleh rakyat kecil namun menjadi moral bila dilakukan oleh pebisnis. Hal tersebut bernilai diskriminatif karena moral dan immoral suatu peristiwa dinilai dari

kekayaan atau kekuatan seseorang. Sementara etika bisnis tidak mengenal perbedaan ras ataupun warna kulit.

Etika Bisnis Kontradiktif

Etika bisnis mengandung suatu kontradiksi? Apakah hanya bisnis yang tidak bermoral akan memperoleh keuntungan maksimal? Dizaman modern sekarang ini pebisnis beramai ramai melakukan bisnis bermoral karena telah melihat peristiwa menakutkan seperti bencana alam, penipisan ozon, efek rumah kaca, hujan asam sebagai praktek bisnis tidak bermoral. Sehingga perilaku pebisnis modern seharusnya bertambah etis agar kerusakan lingkungan tidak semakin menjadi jadi. Kerusakan lingkungan adalah pasti, namun yang bisa dilakukan pebisnis adalah membantu mencegahnya agar kerusakan tidak semakin parah dan semua umat manusia kesulitan mencari tempat untuk hidup dimuka bumi. Pandangan yang mengatakan bahwa etika dan bisnis itu bagaikan air dan minyak, tidak meresap antara satu ke dalam yang lain sudah kuno dan segera harus diubah, karena prinsip tersebut mengizinkan pebisnis untuk melakukan pelanggaran moral demi memperoleh keuntungan.

Etika Bisnis Praktis

Kelompok orang yang hanya memperhatikan kepentingan hidup untuk diri sendiri akan mengatakan bahwa etika bisnis mempersulit mereka untuk melakukan tindakan bisnis semauanya. Etika bisnis adalah sesuatu yang praktis dan menyenangkan untuk dilakukan, karena apabila

pebisnis mengalami keuntungan bisnis, sementara para konsumen juga mengalami kenikmatan, kepuasan, kesejahteraan, maka dunia akan dipenuhi oleh kebahagiaan semua ummat manusia. Kapitalisme mengajarkan liberalisme perdagangan, namun kelemahan teori tersebut adalah liberalisme akan menimbulkan perbedaan jurang si kaya menjadi semakin kaya sementara si miskin menjadi semakin miskin. Dalam liberalisme akan terjadi *dictator* minoritas. Teori sosialisme adalah adanya kemungkinan monopoli akan dilakukan oleh Negara dan seorang pemimpin atau pebisnis besar cenderung menjadi diktator mayoritas. Bisnis memang hubungan antara makhluk sosial yang saling berupaya untuk memperoleh manfaat dari kegiatan hubungan antar manusia tersebut, maka bisnis harus memberikan manfaat bagi kedua kelompok yang berkomunikasi, bila tidak maka bisnis tidak etis.

Kelemahan etika bisnis menurut Stark, etika bisnis adalah "*too general, too theoretical, too impractical*". Ia menilai, kesenjangan terjadi antara etika bisnis akademis dan para profesional di bidang manajemen. Sejauhmana kapitalisme bisa dibenarkan atau justru sosialisme yang benar. Penilaian Stark terhadap etika bisnis adalah: etika bisnis lebih mirip filsafat sosial yang berlebihan, sulit dilaksanakan secara bisnis praktis untuk para profesional.

Penanggung Jawab Etika Bisnis

Etika bisnis terkandung dalam interaksi bisnis antar pihak yang berdagang. Masing masing pihak berusaha

memberikan segala sesuatu yang terbaik kepada partmenr bisnisnya masing masing. Jadi setiap pebisnis yang berinteraksi dalam dunia bisnis memiliki tanggung jawab moral kepada siapa mereka melakukan transaksi bisnisnya. Tanggung jawab tersebut tidak dapat dialihkan kepada orang lain apalagi tanggung jawab dilimpahkan kepada para konsumen. Bagaimana mungkin pembuat produknya adalah pebisnis, sementara tanggung jawab terhadap resiko pemakaian barang dilimpahkan pada konsumen?

PENTINGNYA PEMAHAMAN ETIKA

Meskipun dunia terus terbangun modernitas, namun seyogyanya masyarakat yang hidup didalamnya tetap memiliki budaya dan agama sebagai penuntun kegiatan bisnisnya. Tindak tanduk bisnis manusia selalu perlu didasari oleh nilai moral sehingga penjual dan konsumen mencapai kesejahteraannya.

Norma moral penting karena setiap keputusan bisnis harus didasari moral, dengan cara bisnis yang benar dan dapat diterima oleh mayoritas masyarakat, misalnya pebisnis mencantumkan peringatan penting pada kemasan obat produksinya, agar konsumen dapat mengikuti petunjuk pemakaian tersebut dan tidak terjadi kesalahan fatal selepas mengkonsumsi obat yang dibelinya. Norma moral menuntun pebisnis menuju kehidupan sosial yang teratur. Untuk mencapai hal tersebut Pebisnis dan konsumen perlu mengetahui pemahaman, kesepakatan, prosedur perilaku

yang dilakukan oleh pebisnis dan konsumen sehingga kehidupan sosial bisa tercapai. Perilaku manusia perlu benar benar dilandasi norma moral dan etika dalam berbisnis, dan nilai moral tersebut harus selalu diwariskan pada generasi berikutnya. Hanya makhluk yang memiliki etika moralitas tinggi bisa disebut sebagai manusia, karena manusia adalah makhluk ciptaan Tuhan yang paling tinggi dan mulia.

RELEVANSI ETIKA DALAM BISNIS MODERN

Banyak peristiwa bisnis yang menunjukkan penurunan kualitas berbisnis dan merugikan kepentingan konsumen serta masyarakat luas, seperti tindakan monopoli, penipuan, kerusakan lingkungan dan sebagainya. Perilaku pebisnis dunia semakin mengkhawatirkan keselamatan dan kelestarian lingkungan. Keresahan masyarakat terhadap penurunan kualitas kehidupan manusia semakin besar.

Beberapa keadaan mendorong perubahan sistem bisnis antara lain: Tata cara bisnis dari bertani berubah cepat menjadi industri menggunakan mekanis dalam produksinya, sehingga mempercepat produksi dan mempercepat perubahan konstelasi alam sekitar. Percepatan pembentukan masyarakat pedesaan menjadi masyarakat industri. Industri tersebut bisa digunakan untuk tujuan baik maupun buruk atau lebih cepat memusnahkan lingkungan tergantung pada siapa pemakainya. Namun diyakini bahwa para ilmuwan pencipta peralatan industry

tersebut bercita cita luhur disaat mereka menciptakan peralatan industri modern tersebut.

Terbentuknya masyarakat industri, mengubah filsafat kehidupan kelompok masyarakatnya. Bentuk bentuk filsafat ketradisional bisa saja bertahan bisa juga terhapus tergantung pada sikap materialistis masyarakat yang terbentuk oleh kehadiran teknologi tinggi.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berpengaruh pada tata cara perilaku masyarakat. Rumah tangga, lembaga keagamaan dan pendidikan berperan memelihara perilaku masyarakat sesuai norma etika dan bila perlu memberikan hukuman kepada pelanggarnya.

Semakin jauh pemakaian teknologi, maka perilaku masyarakat semakin berubah materialistis dan praktis, sehingga nilai moralitas cenderung diabaikan. Jalan pintas banyak cenderung digunakan dalam mencapai kemakmuran ekonomi. Hal tersebut berlaku pada pebisnis dan konsumen. Dalam kondisi tersebut peradaban manusia dirasakan semakin rendah karena nilai etika dan moralitas yang dimiliki oleh manusia dalam berbisnis telah sedikit demi sedikit menghilang. Benarkah kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menurunkan peradaban manusia? Secara teknologi kedokteran biologi dimungkinkan produksi ginjal manusia yang kemudian dapat diperjual belikan secara bebas. Namun kenyataan tersebut ternyata tidak terjadi karena faktor nilai etika kemanusiaan yang tinggi mengalahkan nilai materialisme. Produksi organ tubuh

manusia tersebut dilarang secara etis oleh pemerintah Eropa dan Amerika.

Bisnis dan Etika dalam Dunia Modern

ASPEK PENTING BISNIS

Bisnis modern dipengaruhi oleh aspek manajerial, teknologi, dan politik sosial-kultural. Bisnis disebut kegiatan sosial karena berbagai aspek kegiatannya berhubungan dengan masyarakat. Kegiatan bisnis, cara cara bisnis dapat membentuk perilaku masyarakat, perilaku bisnis dapat membentuk sikap masyarakat menjadi materialistis. Aspek bisnis dari sisi etis atau moral merupakan hal penting yang tidak disadari.

Pandangan Ekonomis

Bisnis adalah kegiatan ekonomis, didalamnya terjadi interaksi antar manusia atau organisasi tukar - menukar, jual - beli, memproduksi - memasarkan, bekerja - mempekerjakan, pembuatan kontrak jual beli dan interaksi manusiawi lainnya dengan maksud memperoleh saling

memberikan manfaat pihak-pihak yang berbisnis dan memperoleh keuntungan. Bisnis digambarkan sebagai kegiatan ekonomi terorganisir untuk saling memberikan keuntungan terhadap pihak yang berdagang. Dalam bisnis modern, keuntungan diekspresikan dalam bentuk uang atau manfaat, tetapi hal itu tidak hakiki untuk bisnis, karena kadangkala kegiatan bisnis juga ditujukan untuk kepentingan sosial kemasyarakatan, keuntungan yang diperoleh dalam hal tersebut adalah perbaikan image pebisnis yang terlibat dalam interaksi bisnis. Perolehan keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak semata, melainkan diadakan untuk kepentingan kedua belah pihak dalam interaksi.

Pandangan Moral

Aspek moral merupakan inti jiwa bisnis berfungsi sebagai alat control perilaku berbisnis. Berbisnis bukan berarti seseorang dapat melakukan semuanya demi untuk pencapaian keuntungan semata, namun lebih utama adalah pemberian penghormatan kepada partner bisnis ataupun mereka yang tidak pernah ikut serta dalam bisnis untuk juga bisa memperoleh manfaat dari usaha interaksi bisnis yang dilakukan. Upaya menghormati kepentingan dan hak orang lain bermanfaat dilakukan untuk memelihara kepentingan bisnis itu sendiri.

Bisnis yang baik secara materiil, menguntungkan dan baik secara moral merupakan cita cita panjang perlu dan bisa diciptakan dimasa datang agar kesejahteraan

masyarakat semakin baik dimasa datang. Bisnis yang baik adalah bisnis yang bermoral, dalam aktifitas bisnisnya tidak melupakan penghormatan pada partner bisnis dan masyarakat lain yang berkepentingan. Perilaku yang baik dalam bisnis merupakan perilaku yang sesuai dengan norma-norma moral, sedangkan perilaku bisnis yang buruk bertentangan atau menyimpang dari norma-norma moral. Suatu perbuatan bisnis dapat dinilai baik secara mendalam jika prestasi bisnis yang dilakukan memenuhi standar moral.

Pandangan Hukum

Hukum Dagang atau Hukum Bisnis mendasari setiap upaya operasionalisasi bisnis modern. Dalam praktek hukum, banyak persoalan timbul sehubungan dengan interaksi bisnis bertaraf nasional maupun internasional. Hukum merupakan sudut pandang normatif dari sisi aturan main yang disepakati. Hukum menetapkan segala sesuatu yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan selama berbisnis.

Hukum merupakan aturan bisnis, koridor dan acuan materiil untuk melaksanakan etika bisnis. Hukum bersifat materiil praktis, sementara etika bersifat moral. Tanpa hukum mungkin etika sebagai dasar moralitas sebuah kegiatan bisnis mustahil dapat dilakukan. Hukum bisa saja tertulis, sementara etika merupakan perjanjian bathin antara manusia dengan penciptanya. Walaupun terdapat hubungan erat antara norma hukum dan norma etika, namun dua macam norma itu tidak sama. Hukum tetap

harus didasari etika agar dapat memberikan pertimbangan hukum yang adil dan bisa dinilai bermoral.

Beberapa alasan dapat dikemukakan antara lain: Banyak hal bersifat tidak etis, namun tidak dilarang secara hukum. Tidak semuanya immoralitas adalah ilegal. Perilaku bermoral sangat penting, namun tidak diatur secara hukum. Hukum tidak mampu mengatur segala sesuatu sedemikian rupa sehingga semua perilaku menjadi bermoral dan kehidupan bisnis menjadikan semua orang sejahtera.

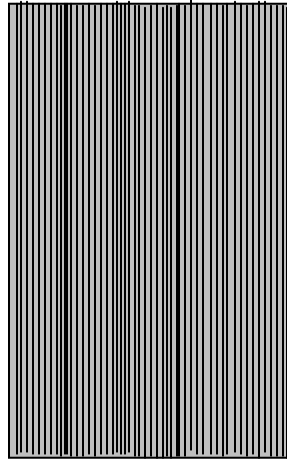
Diperlukan pandangan moral di samping sudut pandang hukum karena proses terbentuknya undang-undang atau hukum lainnya memerlukan waktu lama, sehingga masalah-masalah baru tidak segera bisa diatur secara hukum, dengan demikian diperlukan pandangan atau peraturan secara moral untuk mengatur keadaan sementara sebelum undang undang yang baru disahkan. Salah satu contoh adalah hukum lingkungan hidup. Sebelum diberlakukan Undang-Undang Lingkungan Hidup, industri sudah sering menimbulkan polusi udara, air, atau tanah, yang sangat merugikan masyarakat.

Hukum sering disalahgunakan. Perumusan hukum tidak pernah sempurna, sehingga orang beritikad buruk bisa memanfaatkan celah-celah hukum (*the loopholes of the law*). Peraturan hukum dengan rumusan teliti masih memungkinkan terjadi praktek-praktek kurang etis yang tidak bertentangan dengan hukum.

Hukum dirumuskan dengan baik, namun sulit untuk dilaksanakan, misalnya, karena sulit melakukan kontrol efektif. Tidak bisa diharapkan, peraturan hukum yang tidak ditegakkan akan ditaati.

Sudut pandang moral. Pasal pasal dalam hukum harus didasari oleh moralitas tinggi sehingga hukum dapat dilaksanakan secara benar sesuai dengan cita citanya untuk menyejahterakan masyarakat luas. Hukum merefleksikan tingkat moralitas yang terjadi di masyarakat, semakin hukum terlaksana dan dipatuhi, maka semakin tinggi nilai peradaban masyarakat. Bila peraturan hukumnya belum ada, maka pengadilan akan memutuskan suatu perkara berdasarkan pertimbangan moral, agar masalah tetap bisa terselesaikan meskipun peraturan hukum atau peraturan yang berlaku belum ada atau tidak jelas.

Bisnis harus patuh pada hukum dan peraturan yang berlaku. Jadi tidak semua hal yang pantas dilakukan atau tidak pantas dilakukan perlu diatur menurut hukum. Selain hukum diperlukan etika, norma moral berkemampuan menentukan sesuatu yang etis atau tidak etis untuk dilakukan oleh manusia *homoeconomicus*.



BAB 2

ETIKA DALAM LINGKUNGAN BISNIS

Bisnis, Sebuah Profesi Etis?

Bisnis dan Etika

Peranan Etika dalam Bisnis

Etika Utilitarianisme dalam Bisnis

Filsafat Bisnis Beretika

Bisnis: Sebuah Profesi Etis?

Judul di atas sengaja dibentuk dalam tanda tanya dengan tujuan memperlihatkan polaritas pandangan tentang bisnis dalam masyarakat. Judul ini di satu pihak menyiratkan keyakinan penulis bahwa bisnis tidak sepenuhnya merupakan sebuah profesi yang kotor sebagaimana yang mungkin dianggap oleh banyak kalangan. Profesi yang etis didasari oleh prinsip-prinsip etis untuk berbisnis yang baik dan etis itu.

ETIKA TERAPAN

Etika terapan dibagi menjadi dua: Etika umum dan etika khusus. Etika umum membahas mengenai norma dan nilai moral sebagai dasar manusia bertindak etis. Mengenai bagaimana pengambilan keputusan secara etis, teori dasar etika, lembaga normatif yang menilai sebuah tindakan bisnis

dianggap etis. Etika khusus membahas tentang bagaimana penerapan norma-norma moral dalam kehidupan khusus berbisnis.

ETIKA PROFESI

Sebelum kita membicarakan tentang beberapa prinsip dalam etika profesi yang ada pada umumnya, ada baiknya kita meninjau terlebih dahulu pengertian daripada profesi itu sendiri serta ciri-cirinya.

Pengertian profesi

Profesi merupakan suatu bentuk komitmen pribadi tinggi seseorang dalam hal keahlian, kemampuan atau pekerjaan seseorang dilaksanakan sebagai mata pencaharian kehidupan pokok, mengandalkan keahlian, keterampilan tinggi.

Ciri-ciri Profesi

Profesi mengandung paling tidak tiga unsur penting antara lain: *Keahlian dan ketrampilan khusus*, profesi memiliki suatu keahlian dan ketrampilan khusus tertentu untuk bisa menjalankan pekerjaannya dengan baik. *Komitmen*, Profesi dijalankan oleh seseorang berkomitmen moral tinggi untuk melakukan pengabdian diri kepada masyarakat. *Izin*, Profesi tinggi memerlukan perizinan khusus untuk menjalankan profesi tersebut. Kaum

profesional biasanya menjadi anggota dari suatu organisasi profesi karena adanya tuntutan tanggung jawab terhadap segala sesuatu yang dilakukannya.

Prinsip Etika Profesi

Beberapa hal yang menjadi prinsip etika profesi antara lain: *Tanggung jawab*, seorang profesional harus bertanggung jawab terhadap segala sesuatu akibat yang dapat terjadi akibat dari pekerjaan yang dilakukannya. Tanggung jawab tersebut bisa ditujukan kepada kehidupan dan kepentingan orang lain, masyarakat ataupun terhadap diri pribadi. *Keadilan*, seorang profesional harus mampu berbuat adil, tidak merugikan hak dan kepentingan orang lain. Memiliki integritas pribadi dan moralitas tinggi.

BISNIS PEKERJAAN MULIA

Bisnis merupakan sebuah profesi mulia, profesi luhur, dengan kepiawaian praktek bisnis seseorang dapat memberikan kesejahteraan ekonomi kepada masyarakat. Profesi memerlukan keahlian dan ketrampilan, komitmen moral tinggi. Jenis pekerjaan berkeahlian rendah dan merugikan orang lain bukan diartikan sebagai profesi.

Bisnis dan Etika

Bisnis Amoral

Bisnis hanya untuk bisnis adalah a moral. Bisnis bukan hanya untuk keuntungan bisnis semata. Richard T. De George mengatakan bahwa *Business is not just for business but welfare*, Bisnis didasari oleh etika tinggi, jadi bisnis bukan hanya untuk kepentingan perolehan keuntungan melalui kegiatan bisnis semata melainkan melakukan bisnis untuk kesejahteraan masyarakat dan pelaku bisnis. Kegiatan bisnis utamanya adalah melakukan bisnis sebaik mungkin untuk mendapat keuntungan, bagaimana memproduksi, mengedarkan, menjual dan membeli barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan dan lebih jauh lagi menciptakan kesejahteraan masyarakat. Singkatnya sasaran dan tujuan, bahkan tujuan satu-satunya bukan hanya keuntungan semata melainkan kesejahteraan masyarakat.

Bisnis berhubungan erat dengan etika atau moralitas. Pebisnis bukan hanya menjalankan pekerjaannya mencari

keuntungan, namun menyejahterakan kehidupan masyarakat luas. Aktivitas bisnis seperti jual-beli, menciptakan produk atau menawarkan jasa, merebut pangsa pasar, memperoleh keuntungan berdasarkan etika atau moralitas. Moralitas merupakan kewajiban semua individu pebisnis.

Keuntungan dan Etika

Keuntungan yang diperoleh dari kegiatan bisnis harus sebanding dengan manfaat yang diberikan oleh barang dan jasa yang dijual dan dikonsumsi oleh pembeli atau masyarakat. Bila hal tersebut terjadi maka bisnis yang dilakukan dianggap sebagai etis. Bisnis sedemikian rupa hanya dapat dilakukan oleh kelompok orang profesional di bidangnya. Mereka dituntut mempunyai kemampuan dan keterampilan bisnis yang melebihi keterampilan dan keahlian bisnis orang kebanyakan lainnya. Dalam persaingan bisnis ketat, para pelaku bisnis modern sangat sadar bahwa konsumen adalah benar-benar raja, oleh karena itu konsumen harus diberi kenikmatan setelah memberikan pengorbanan pembeliannya. Praktek bisnis semacam ini dianggap etis. Dalam sistem pasar terbuka, peran pemerintah bersifat netral, tidak berpihak, efektif menjaga agar kepentingan dan hak semua pihak terjamin. Para

pelaku bisnis berusaha sebisa mungkin untuk menghindari campur tangan pemerintah yang baginya sangat merugikan.

Jangkauan Etika Bisnis

Etika bisnis sebagai etika profesi membahas prinsip, kondisi, dan masalah praktek etis sehubungan dengan kebaikan dan keetisan praktek bisnis. Etika berfungsi menggugah kesadaran moral pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik dan etis didasari nilai-nilai luhur yang bermanfaat bagi konsumen, masyarakat dan demi menjaga nama baik bisnis sendiri dalam jangka panjang. Etika bisnis menjadi acuan bagi pebisnis untuk berbisnis tanpa merugikan konsumen, buruh, karyawan, dan masyarakat luas. Hak dan kepentingan mereka tidak boleh diabaikan oleh praktek bisnis. Praktek praktek monopoli, oligopoli, kolusi dan sejenisnya menjurus pada kerugian konsumen, masyarakat serta Negara menjadi obyek bagi etika bisnis untuk dilakukan perbaikan semestinya.

Peranan Etika dalam Bisnis

Selaku kegiatan ekonomis, bisnis selalu sudah dipraktekkan sepanjang sejarah. Selaku profesi, bisnis merupakan sesuatu yang baru, karena sekarang tersedia pelatihan, pendidikan, dan penelitian khusus untuk memperoleh keterampilan di bidang itu. Kesanggupan alami saja tidak lagi mencukupi untuk memimpin sebuah perusahaan modern.

Dan bagaimana perlakuan pada etika? Sejak beberapa dekade terakhir ini, berangsur-angsur mulai diakui pula pentingnya etika dalam bisnis dan karena itu serentak juga dalam pendidikan untuk profesi dalam bisnis. Dibandingkan dengan segala usaha dan program yang diadakan untuk meningkatkan kemampuan manajemen dalam bisnis, perhatian bagi etika dalam bisnis masih sangat terbatas.

Tetapi yang penting adalah bahwa peranan etika mulai diakui dan diperhatikan.

BISNIS BERMORAL

Bisnis berdasarkan hukum mutlak perlu dilakukan dalam masyarakat modern. bisnis memerlukan aturan-aturan main sesuai dengan perkembangan peradaban bisnis dalam system sosial, peradaban konsumen. Peraturan bisnis berdasarkan moralitas perlu disesuaikan dengan system sosial kemasyarakatan yang berkembang dalam sebuah wilayah.

ALASAN BISNIS HARUS BERLAKU ETIS

Bertanya mengapa bisnis harus berlaku etis, sebetulnya sama dengan bertanya mengapa manusia pada umumnya harus berlaku etis. Bisnis di sini hanya merupakan suatu bidang khusus dari kondisi manusia secara umum. Beberapa dasar aktifitas bisnis perlu mempertimbangkan faktor ajaran *religion*, kepentingan sosial dan perilaku pebisnis yang bernilai utama.

Tuhan Maha Kuasa

Semakin baik praktek bisnis yang dilakukan maka semakin banyak masyarakat yang meningkat kesejahteraannya karena berbisnis. Agama mengatakan

bahwa sesudah kehidupan jasmani ini manusia akan hidup terus dalam dunia baka, di mana Tuhan sebagai Hakim Maha Agung akan menghukum kejahatan yang pernah dilakukan dan mengganjar kebajikannya.

Kontrak Sosial

Segala sesuatu yang dilakukan oleh seorang pebisnis akan selalu berhubungan dengan tingkat kesejahteraan masyarakat, maka pebisnis dalam interaksi bisnisnya memiliki kontrak sosial dengan masyarakat tempat dimana ia berbisnis untuk selalu menciptakan kesejahteraan dalam kegiatan bisnisnya. Pandangan ini melihat perilaku manusia dalam perspektif sosial. Setiap kegiatan dilakukan bersama-sama dalam masyarakat, menuntut adanya norma-norma dan nilai-nilai moral. Dengan demikian kehidupan kemasyarakatan senantiasa menjadi lebih sejahtera.

Keutamaan

Pebisnis sebagai manusia memiliki nilai mulia dan utama bila melaksanakan bisnisnya secara bermoral. Keutamaan sebagai ukuran untuk melakukan bisnis terbaik, merupakan penyempurnaan tertinggi kodrat manusia. Manusia yang berlaku etis adalah baik, baik secara menyeluruh materil dan spirituil.

Pebisnis harus melakukan sesuatu kebaikan, karena hal itu baik. Pebisnis harus berintegritas. Dalam bekerja,

pebisnis boleh mencari keuntungan. Perusahaan merupakan organisasi sebagai alat untuk memperoleh keuntungan. Namun pebisnis atau perusahaan dikatakan tidak berintegritas, jika kegiatan mereka mengumpulkan kekayaan tanpa pertimbangan moral.

KODE ETIK PERUSAHAAN

Manfaat dan Kesulitan Kode Etik Perusahaan

Dizaman modern sebaiknya perusahaan mempunyai peraturan-peraturan ketat dan jelas, guna mencegah terjadinya hal-hal negatif seperti skandal korupsi di kalangan bisnis, profesi medis. Banyak profesi yang memiliki kode etik khusus, misalnya pengacara, wartawan, akuntan, insinyur, dan psikolog. Karyawan yang berkecimpung di bidang bisnis, terikat dengan salah satu kode etik profesi dan kode etik tertulis khusus untuk sebuah perusahaan. Kesulitannya adalah disetiap perusahaan belum tentu mempersiapkan kode etik secara jelas ataupun tertulis sebagai pedoman pelaksanaan pekerjaan mereka.

Ethical Auditing

Ethical auditing merupakan sebuah kode etik yang membatasi ruang gerak kegiatan para auditor dalam melaksanakan pekerjaannya agar selalu sesuai dengan prinsip moralitas. Kode etik tertulis tersebut bersifat

mengikat para auditor. Selain itu diperlukan perangkat perusahaan untuk menegakkan kode etik auditor yang telah disepakati secara konsekuen. Pemeriksaan terhadap prestasi etis dan sosial itu tidak saja dilakukan terhadap perusahaan, tapi juga terhadap organisasi nirlaba yang harus berpegang pada standar-standar etis meskipun mereka belum memiliki kode etik tertulis.

GOOD ETHICS GOOD BUSINESS

Kebanyakan perusahaan pencapai sukses merupakan perusahaan yang memiliki nilai etika pelaksanaan pekerjaan tinggi. Hal tersebut bisa terjadi karena disaat diterapkan nilai etika bisnis tinggi, maka konsumen atau masyarakat lainnya merasa puas sehingga dilain kesempatan mereka bersedia mengikat perikatan bisnis dengan perusahaan tersebut, dengan demikian bisnis perusahaan beretika tinggi tersebut terus berkembang. Yang baik harus dilakukan karena hal itu baik, bukan hanya karena membuka jalan menuju sukses. Peristiwa tersebut sesuai dengan prinsip keutamaan di zaman Aristoteles. Namun mungkin etika bisnis hanya bisa berlaku intensif dalam suatu komunitas masyarakat moral. Moralitas bukan merupakan komitmen individual, namun berlaku dalam suatu jangkauan kerangka sistim sosial.

Etika Utilitarianisme dalam Bisnis

ETIKA UTILITARIANISME

Menurut paham utilitarianisme, bisnis adalah etis apabila kegiatan yang dilakukannya dapat memberikan sebesar besarnya manfaat pada konsumen dan masyarakat. Jadi, kebijaksanaan atau tindakan bisnis yang baik adalah kebijakan yang menghasilkan berbagai hal yang baik, bukan sebaliknya menimbulkan kerugian.

NILAI POSITIF ETIKA UTILITARIANISME

Nilai positif etika utilitarianisme adalah pada rasionalitasnya dan universalitasnya. Rasionalnya adalah kepentingan orang banyak lebih berharga daripada

kepentingan individual. Berbisnis untuk keuntungan individu dan disaat yang bersamaan menyejahterakan masyarakat luas adalah pekerjaan profesional sangat mulia. Secara logika universal, semua pebisnis dunia saat ini berlomba lomba menyejahterakan dunia secara universal selain membuat diri mereka menjadi kaya sebagaimana yang dilakukan oleh pebisnis lain didunia.

COST AND BENEFIT ANALYSIS

Analisa biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang akan diperoleh bila bisnis dijalankan. Analisa ini menghitung berapa besar biaya yang akan dikeluarkan oleh pebisnis dan akan diderita oleh masyarakat bila dibandingkan dengan keuntungan yang diterima oleh pebisnis serta manfaat bisnis yang diterima oleh masyarakat. Cost and benefits analysis memusatkan usaha analysis bisnisnya untuk perolehan keuntungan daripada kerugian perusahaan, apapun yang dilakukan perusahaan dalam keadaan bagaimanapun maka proses bisnis diupayakan untuk selalu memperoleh profit daripada kerugian. Keuntungan dan kerugian tidak hanya mengenai aspek finansial, melainkan juga aspek-aspek moral seperti halnya mempertimbangkan hak dan kepentingan konsumen dalam proses bisnis. Kebijakan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang

mengenai cost and benefit analysis cenderung mendorong keberadaan perusahaan dalam jangka panjang. Bagaimana apabila bisnis didirikan dan dilaksanakan dengan biaya kecil namun sangat merugikan masyarakat sekitar karena terjadi pencemaran lingkungan berbiaya mahal yang akhirnya menjadi kewajiban perusahaan untuk membayarnya. Masyarakat yang sakit harus disantuni oleh perusahaan; udara, tanah, air yang tercemar menjadi tanggung jawab pebisnis untuk menaggulangi kerusakan tersebut. Akhirnya keuntungan bisnis berkurang karena lebih banyak dikeluarkan untuk memperbaiki lingkungan dan mengembalikan citra baik perusahaan.

STANDAR PERENCANAAN UTILITARIANISME

Bisnis sebaiknya menerapkan kriteria etika utilitarianisme menjadi dasar utama dalam penyusunan program atau perencanaan, khususnya suatu kegiatan mengenai kepentingan banyak orang banyak seperti konsumen, masyarakat atau karyawan perusahaan sendiri.

KELEMAHAN ETIKA UTILITARIANISME

Manfaat utilitarianisme yang mengutamakan kepentingan masyarakat luas merupakan sebuah konsep bernilai tinggi sehingga dalam praktek bisnis sesungguhnya

dapat menimbulkan kesulitan bagi pelaku bisnis secara signifikan. Secara filosofis etika utilitarianisme tidak pernah menganggap serius nilai suatu tindakan terhadap diri sendiri atau pada pebisnis sendiri, melainkan hanya memperlihatkan nilai suatu tindakan sejauhmana berhubungan dengan akibatnya kepada partner bisnisnya atau pada konsumen, masyarakat atau karyawan.

Pebisnis dengan level intelektual dan moralitas rendah akan sulit menentukan prioritas mana yang akan didahulukan apakah itu kepentingan konsumen, masyarakat, karyawan atau diri pebisnis sendiri. Bila hal tersebut terjadi maka tingkat peradaban pebisnis disuatu wilayah tersebut masih rendah sehingga sulit menentukan kepentingan siapa akan didahulukan untuk membentuk penciptaan keuntungan sekaligus memperoleh kesejahteraan masyarakat.

JALAN KELUAR

Pendekatan dan komunikasi pribadi pebisnis kepada konsumen, masyarakat dan karyawan dalam proses bisnis merupakan langkah bernilai moral tinggi berpotensi menghindari timbulnya korban atau kerugian secara materil dan moril. Biasanya hal tersebut dalam jangka panjang cenderung lebih menguntungkan perusahaan secara materil maupun moril.

Filsafat Bisnis

Beretika

Yang menjadi obyek perhatian dalam pembahasan tentang filsafat bisnis sehubungan dengan etika ialah manusia sebagai *homoeconomicus* dengan segala jenis dan bentuk kebutuhan yang ingin dipuaskannya. Dinamika manusia dalam upaya pemuasan berbagai kebutuhan tersebut melahirkan keberaneka ragam organisasi bisnis yang dikenal dewasa ini sehingga banyak cara yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikannya. Misalnya klasifikasi berdasarkan ukuran organisasi menunjukkan bahwa ada organisasi bisnis yang kecil, menengah dan besar.

Tidak dapat disangkal bahwa keberadaan organisasi bisnis berskala besar merupakan fenomena yang jelas terlihat sekarang ini, baik pada tingkat lokal seperti terbukti dengan adanya konglomerat, pada tingkat regional dan bahkan pada tingkat global.

Para manajer berbagai perusahaan sering mendapat sorotan dari berbagai pihak, baik berupa berbagai isu, tantangan, dan tuntutan yang semua memerlukan perumusan filsafat bisnis untuk diterapkan karena mempunyai implikasi dalam bidang modal dan etika.

BEBERAPA PERSOALAN ETIKA BISNIS

Persoalan moralitas manajer dan karyawan dalam praktek bisnis sering menimbulkan akibat merugikan perusahaan secara eksternal. Persoalan besar lainnya adalah masalah pelestarian sumber alam sehubungan dengan praktek bisnis, bisnis dalam hal ini diduga menyebabkan penurunan kualitas lingkungan alam dari praktek bisnisnya. Kelompok *environmentalist* menyatakan bahwa banyak perusahaan besar mengotori lingkungan alam dari praktek bisnisnya dengan tidak mendaur ulang atau menyaring limbah industri dalam proses produksi bahkan membuangnya tanpa proses *refinery* lebih lanjut sehingga membahayakan kehidupan manusia dan cenderung berakibat kepunahan flora dan fauna di sekitar lokasi pabrik milik perusahaan.

TANTANGAN TERHADAP ETIKA

Berbagai tantangan bagi para manajer bisnis dapat bersifat politik, ekonomi, sosial budaya, hukum dan teknologi berimplikasi dibidang norma moralitas dan etika.

Politik

Di bidang politik, para manajer sering dihadapkan kepada berbagai kekuatan yang saling tarik menarik dan bujuk membujuk. Artinya, para usahawan dan para manajernya sering dirayu berupa bujukan oleh berbagai kekuatan politik yang ada di masyarakat agar pebisnis mendukung platform politik partai politik tertentu dengan janji jika partai politik yang bersangkutan memenangi pemilihan umum dan mengendalikan pemerintahan, maka akan diupayakan agar kebijakan pemerintah nantinya akan menguntungkan bidang bisnis perusahaan yang bersangkutan.

Ekonomi

Perusahaan pembuat produk, memasarkan, dan menjual produk tertentu sangat mengharapakan produk buaatannya diminati konsumen dan calon konsumen. Untuk mencapai kondisi tersebut perlu dilakukan beberapa hal: *Pertama*, **mutu produk**. Secara etis, mutu produk yang bagus maka akan bermanfaat bagi konsumen dan mereka akan berupaya membeli kembali bila merasa puas setelah

mengkonsumsi. Jika para manajer berniat meraih keuntungan sebesar mungkin, maka mungkin manajer proses produksi tergoda menghasilkan produk bermutu rendah. Godaan tersebut sering timbul dalam proses produksi yang bersifat masa. *Kedua, **harga***, harga jual diberikan sangat tinggi berlipat lipat melebihi biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang, namun masih dapat terjangkau oleh konsumen dan calon konsumen. *Ketiga, **promosi***. Produk dipromosikan supaya masyarakat mengenalnya dan tertarik untuk membeli. Kegiatan promosi dilakukan dengan gencar tanpa memperhatikan kepentingan konsumen dan masyarakat non pembeli lainnya melalui berbagai media seperti: promosi dari pintu ke pintu, pemasangan iklan besar besaran dimedia cetak, media elektronik, dan media statis seperti papan reklame berukuran super besar namun terbukti rawan mencelakakan masyarakat sekitar khususnya bila terjadi angin kencang, *billboard* tersebut juga sangat mengganggu keindahan pemandangan kota. *Keempat, **persaingan***. Persaingan ketat menyebabkan manajer sering berupaya menjatuhkan produk saingannya dengan membandingkan atau merendahkan nilai produk pesaing. Menjatuhkan image produk pesaing berarti sebenarnya nilai produk sendiri tidak mampu menarik selera konsumen, sehingga manajer perlu

merendahkan image produk pesaing, dengan maksud agar produk sendiri menjadi lebih tinggi imagenya dan lebih menarik bagi konsumen. Pendek kata upaya menjatuhkan image produk pesaing untuk merebut selera konsumen tersebut merupakan kelemahan manajemen, karena ketidakmampuan manager untuk memimpin pembuatan produk yang lebih bersaing, dan kelemahan produk sendiri karena kualitas produk tidak mampu bersaing dengan produk pesaingnya. Persaingan seharusnya dilakukan secara sehat untuk memperoleh tambahan keuntungan. Sering terjadi kelemahan pesaing dimanfaatkan produsen untuk merebut selera konsumen. Bersaing harus menggunakan kualitas atau dengan melakukan manipulasi? Atau dengan tipu menipu? Apakah tindakan tersebut berkualitas dan moral? Apakah perilaku bisnis semacam itu dapat bersaing di dunia bisnis global yang mengutamakan kualitas?

Faktor Sosial Budaya

Konsumerisme makin menggejala, masyarakat kalangan bawah tertatih tatih mengikuti pola konsumsi kalangan atas. Digambarkan bahwa bila masyarakat mengkonsumsi benda tertentu, maka dianalogikan bahwa mereka sejajar dengan kalangan berpunya. Sesuai dengan perkembangan sosial budaya, digunakan symbol status untuk memancing emosi belanja kaum miskin yang jumlahnya paling banyak.

Manajer pemasaran menonjolkan rangsangan pembelian bahwa semakin tinggi kedudukan seseorang semakin banyak pula konsumsi kemewahannya meskipun belum tentu barang yang dibelinya berguna. Bahkan dizaman modern ini untuk menarik selera pembelian konsumen, promosi menggunakan symbol seksual seperti wanita dan pria membuka sebagian bajunya dengan maksud menarik selera konsumen, padahal sebenarnya yang dijual bukan keindahan tubuh wanita dan pria tersebut. Apakah perilaku bisnis modern lebih rendah dari bisnis dizaman jahiliyah? Atau segala bisnis modern identik dengan sensual membuka baju, dan bisnis modern berarti mengijinkan segala sesuatu bisa dilaksanakan semaunya asalkan bisa memperoleh keuntungan?

Faktor Hukum

Ketaatan pada hukum dalam praktek bisnis dewasa ini dirasakan sangat kurang, perilaku etis seharusnya perilaku berdasarkan hukum diposisikan diatas kepentingan pribadi. Harus disadari bahwa hukum mengandung nilai nilai, norma norma etika utama yang menghormati, menyejahterakan kehidupan masyarakat. Oleh karenanya hukum perlu ditaati sebagai perwujudan peradaban bisnis beretika tinggi. Bentuk ketaatan dapat berbentuk seperti memiliki izin usaha, ketaatan membayar pajak, memberi harga produk

sesuai dengan kualitasnya, tidak membujuk konsumen secara berlebihan untuk membeli dan sebagainya.

Faktor Teknologi

Kemajuan teknologi dan pemakaiannya dalam bidang bisnis menjadi pedang bermata dua. Bila teknologi maju dipakai dalam produksi, maka cenderung akan terjadi pengurangan tenaga kerja dan pengangguran. Namun bila tidak dipakai teknologi tinggi dalam produksi, maka kemungkinan produksi massa akan terhambat sehingga ongkos produksi menjadi tinggi selanjutnya berakibat naiknya ongkos produksi dan akhirnya berakibat pada penghentian sebagian tenaga kerja dan terjadi pengangguran pula. Untuk menghindari peristiwa tersebut maka perusahaan perlu memberikan kursus keterampilan baru kepada pekerja sehingga mereka dapat mencari pekerjaan lain dan tidak terjadi kehilangan pekerjaan. Tindakan tersebut bisa mengangkat nama perusahaan karena melakukan tindakan sosial ekonomi, menyejahterakan kehidupan karyawan. Para pesaing tingkat dunia telah terbiasa memproduksi menggunakan teknologi tinggi, hal tersebut menjadi kelemahan bisnis dinegara berkembang, sehingga mereka tidak bisa bersaing dengan produk yang datang dari Negara maju berteknologi tinggi.

TUNTUTAN PIHAK BERKEPENTINGAN

Secara etis manajemen organisasi berkewajiban moral untuk memberikan kesejahteraan materil spirituil kepada pihak internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Manajemen suatu organisasi atau perusahaan menghadapi tuntutan berbagai pihak yang berhubungan bisnis secara langsung maupun tidak langsung. Beberapa pihak eksternal berkepentingan dengan perusahaan antara lain: Pemerintah, lembaga keuangan dan perbankan, pemasok, distributor, agen dan pengecer, pembeli, masyarakat sekitar lokasi perusahaan dan secara tidak langsung, masyarakat luas. Sedangkan pihak-pihak internal perusahaan yang berkepentingan ialah: Para pemilik saham dan pemodal, berbagai kelompok manajemen yang tidak tergolong sebagai manajemen puncak, para karyawan dan karyawan.

PIHAK-PIHAK BERKEPENTINGAN EKSTERNAL

Sebagai pihak eksternal berkepentingan, pemerintah melakukan pelaksanaan pengaturan bisnis dan bertindak sebagai pengguna produk tertentu hasil produksi perusahaan bisnis.

Lembaga keuangan dan perbankan sebagai pihak yang berkepentingan karena pebisnis memerlukan uluran modal dari dunia perbankan maupun lembaga keuangan lainnya

untuk membiayai operasi bisnis seperti menjaga kelancaran arus kas, likuiditas, pembiayaan kegiatan operasional, dan investasi. Kondisi tersebut dilakukan oleh perusahaan *go public* maupun belum.

Pemasok sebagai pihak yang berkepentingan. Perusahaan bermitra dengan para pemasok agar dapat menjaga kelancaran produksi. Kelancaran pasokan bahan mentah sangat berpengaruh pada kelancaran produksi. Pasokan bahan mentah yang etis adalah berkualitas tinggi, jumlah yang dikirim sesuai pesanan dan pengiriman bahan mentah tepat waktu dengan harga bersaing.

Distributor, agen, pengecer sebagai pihak yang berkepentingan. Perusahaan harus mampu memberikan bagian keuntungan atau manfaat tertentu sesuai kontrak kerja kepada distributor, agen, dan pengecer yang telah bersedia dan mampu bekerjasama menjual produk dan jasa tertentu.

Pembeli sebagai pihak yang berkepentingan. Pebisnis sebaiknya memberikan produk dan jasa terbaik untuk dikonsumsi oleh para pembeli. Kepuasan pembeli berarti etika tinggi dan utama telah dijalankan oleh pebisnis dalam interaksi jual beli dengan pembeli.

PIHAK-PIHAK BERKEPENTINGAN INTERNAL

Pemuasan kepentingan pemilik saham dan pemodal. Dalam praktek bisnis biasanya manajemen perusahaan diserahkan kepada para praktisi bisnis profesional. Sementara itu pemilik perusahaan, mengendalikan jalannya interaksi bisnis perusahaan dari kejauhan dengan menyusun peraturan-peraturan yang harus dipatuhi oleh pelaksana perusahaan. Praktek bisnis negatif internal perusahaan terjadi bila manajemen puncak melakukan berbagai manipulasi sehingga perusahaan meraih keuntungan besar karena mengikuti kehendak para pemilik modal agar bisa memperoleh dividen lebih besar.

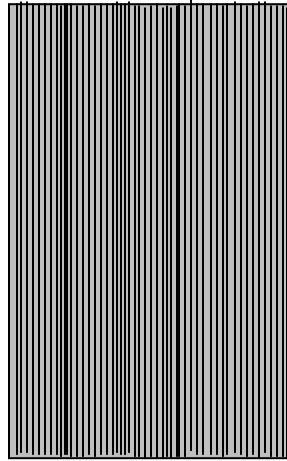
Kelompok manajemen menengah merupakan pihak yang berkepentingan dalam perusahaan. Dalam rangka pelaksanaan norma-norma moral dan etika dalam operasi bisnis hanya memperhatikan bahwa dalam perusahaan terdapat pihak eksternal dan internal perusahaan, dengan tidak memperhatikan level manajer atas, menengah atau manajer bawah. Kelompok manajer adalah kelompok internal perusahaan yang memimpin untuk kemajuan bisnis perusahaan.

Karyawan sebagai kelompok yang berkepentingan. Karyawan merupakan ujung tombak pebisnis untuk berinteraksi bisnis dengan memperoleh keuntungan melalui

bantuan para karyawan. Oleh karena itu perusahaan secara hukum dan moralitas harus bisa menghargai pengorbanan karyawan yang telah membantu kelancaran bisnis dengan cara memberikan gaji, dan kesejahteraan lainnya agar terjamin masa depan kehidupan mereka. Hubungan perolehan keuntungan secara timbal balik antara perusahaan dan karyawan adalah bentuk moralitas bisnis.

Keberhasilan perusahaan memperoleh keuntungan dipengaruhi oleh kemampuan, keterampilan, dedikasi, loyalitas, disiplin, efisiensi, efektivitas, produktivitas, dan penampilan perilaku positif dari seluruh tenaga pelaksana berbagai kegiatan operasional. Memperlakukan karyawan sebaiknya mengikuti beberapa prinsip antara lain: Karyawan adalah manusia sehingga harkat dan martabatnya harus dihargai, bawahan adalah manusia berakal, nalar, dan harga diri merupakan aset perusahaan penting, karyawan harus diperlakukan sebagai manusia berkepribadian, berpikiran, berperasaan, memiliki harapan, bercita-cita, berkeinginan, mereka bukan hanya sebagai alat produksi, karyawan memiliki kebutuhan bersifat materi, rasa aman, kebutuhan sosial, harga diri, kebutuhan mental dan intelektual, kebutuhan psikologis dan kebutuhan spiritual, karyawan adalah individu harus diperlakukan secara individual, manusiawi sesuai dengan karakteristik

kepribadian, kemampuan, persepsi dan nilai-nilai yang dimilikinya.



BAB 3

ETIKA DALAM BISNIS INTERNASIONAL

Etika Pasar Bebas

Etika dalam Bisnis Internasional

Pengalaman Norma-Norma Moral dan Etika dalam Bisnis Global

Etika Pasar Bebas

MORALITAS PASAR BEBAS

Sistem ekonomi pasar bebas menjamin terlaksananya keadilan melalui jaminan pelakuan yang sama dan fair bagi semua pelaku ekonomi. Aturan ini diberlakukan juga secara fair, transparan, konsekuen, dan obyektif.

Sistem merkantilisme dan pasar bebas merupakan rekayasa monopoli dan kolusi antara Pengusaha dan Pemerintah demi kepentingan kedua belah pihak, dengan mengorbankan kepentingan orang banyak. Menggunakan perilaku yang mengorbankan rasa keadilan masyarakat.

PERAN PEMERINTAH

Syarat utama untuk menjamin keberlangsungan sebuah sistem ekonomi pasar fair dan adil peran aktif Pemerintah. Peran tersebut dapat dilakukan dengan bentuk campuran prinsip *non-intervention* dan prinsip campur tangan, kondisi

tersebut perlu dilakukan untuk memelihara dan menegakkan rasa keadilan.

Prinsip bisnis bermoral adalah tidak mengambil sesuatu yang bukan haknya dan memberikan kesejahteraan pada konsumen internal dan konsumen eksternal. Campur tangan Pemerintah hanya diperlukan bila dalam kondisi mendesak.

Peran Pemerintah melakukan pengawasan pelaksanaan bisnis dilapangan dan bantuan hukum yang diperlukan agar bisnis dapat berjalan dan berkembang. Pemerintah perlu bertindak membantu masyarakat miskin yang tidak memiliki daya untuk mempengaruhi jalannya operasi bisnis bahkan menjadi korban kecurangan pebisnis yang secara lihai menipu konsumen namun konsumen tidak merasa tertipu karena pebisnis berkolusi dengan pebisnis lain serta Pemerintah.

Etika Dalam Bisnis Internasional

ETIKA KORPORASI

Korporasi Multi Nasional (KMN) seringkali menimbulkan masalah etika karena mereka berkekuatan ekonomi sangat besar, mampu beroperasi di mancanegara dengan mobilitas tinggi, karena tempat dimana KMN beroperasi kebanyakan merupakan daerah tertinggal sehingga bisnis dapat terlaksana dengan biaya murah, sementara itu penduduk disekitar daerah tersebut miskin. Kondisi tersebut seringkali menimbulkan kecemburuan sosial dan merusak budaya asli daerah di negara berkembang.

KMN beroperasi dinegara maju dapat juga menimbulkan masalah etis, namun karena perkembangan peradaban investor dan negara penerima investasi sudah sangat maju dan setara maka persoalan yang terjadi bisa lebih mudah diatasi. Sistem hukum di negara-negara maju umumnya lebih tertib dan lebih lengkap mengadopsi keinginan dan berbagai persoalan masyarakat serta secara

lengkap mengatur setiap detail perikehidupan bisnis sesuai dengan kebutuhan, sehingga setiap kesulitan seolah olah telah diatur secara tertib oleh hukum.

Sementara itu kondisi negara-negara berkembang lebih rentan terhadap kelemahan hukum dan ketidak terlaksanaan hukum yang menimbulkan kecemburuan diantara masyarakat golongan berpunya dan kaum miskin. Secara etis dapat terlihat perbedaan perlakuan hukum kepada kaum kaya dan miskin, bahkan secara bisnis jurang pemisah antara kaya dan miskin semakin jauh. Keberadaan KMN di daerah miskin justru membentuk kantong-kantong kemiskinan ekonomi, karyawan KMN sangat kaya dan sejahtera, tinggal secara eksklusif diwilayah KMN, sementara masyarakat asli tinggal disekitar wilayah KMN dengan kondisi miskin, sehingga mendorong kecemburuan sosial semakin tinggi, suasana kultural tidak kondusif menimbulkan pelambatan pertumbuhan ekonomi wilayah operasi KMN tersebut.

KMN bisa beroperasi diwilayah tertentu untuk kepentingan membangun perekonomian. Namun secara etis harus ada upaya pembatasan aktifitas KMN dengan cara membatasi kepemilikan saham. Mungkin kepemilikan saham lebih besar, mewajibkan alih teknologi dan alih manajemen atau tergantung kesepakatan kedua pihak dimiliki oleh warga setempat merupakan ide etis secara bisnis dapat menguntungkan pihak pihak terlibat bisnis. Pembatasan kepemilikan saham tersebut ditujukan untuk mengutamakan

kepentingan masyarakat sekitar dan membatasi kegiatan KMN berlebihan merugikan masyarakat. Kondisi tersebut lebih menguntungkan bila dibandingkan dengan melakukan blokade total terhadap masuknya KMN yang mungkin menekan perkembangan industri dan investasi lokal.

Negara berkembang terpaksa menerima masuknya aliran dana investasi asing seperti KMN karena kemiskinan, kekurangan dana, kekurangan tenaga ahli, kekurangan mesin, kekurangan ilmu pengetahuan, kekurangan pasar. Semua faktor ekonomi tersebut dimiliki oleh negara maju, sehingga untuk bisa berkembang maka bisnis negara berkembang perlu bekerja sama dengan negara maju, namun demikian kerjasama bisnis yang dilakukan secara etis harus memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.

Richard T. De George mengemukakan sepuluh norma etis yang perlu dilakukan oleh KMN saat beroperasi bisnis:

1. Operasi KMN tidak boleh merugikan.
2. KMN harus bermanfaat bukannya merugikan negara di mana mereka beroperasi.
3. Operasi bisnis KMN harus memberi kontribusi kepada pembangunan negara di mana ia beroperasi.
4. KMN harus menghormati Hak Asasi Manusia karyawannya.
5. Sepanjang kebudayaan lokal sesuai dengan etika, KMN harus menghormati dan bekerja sama dengan kebudayaan lokal.
6. KMN harus membayar pajak secara jujur.

7. KMN harus bekerja sama dengan pemerintah local mengembangkan dan menegakkan "*background institutions*" yang tepat.
8. Negara pemilik mayoritas saham harus memikul tanggung jawab moral kegagalan perusahaan tersebut.
9. KMN membangun pabrik beresiko tinggi, wajib menjaga keamanan pabrik dan dioperasikan dengan aman.
10. Alih teknologi beresiko tinggi, KMN wajib merancang ulang teknologinya, agar aman dipakai oleh negara berkembang.

MASALAH KORUPSI TARAF INTERNASIONAL

Korupsi bisa terjadi didunia bisnis internasional, masalah korupsi dapat menimbulkan kesulitan moral bagi bisnis internasional. Perbedaan budaya antara satu negara dengan negara lainnya memungkinkan terjadi korupsi karena menurut budaya negara tertentu korupsi merupakan hal biasa, sementara dinegara lain korupsi merupakan tindakan tidak etis. Jadi sebenarnya secara etis korupsi lebih mungkin terjadi diwilayah bisnis internasional.

SUAP DAN ETIKA

Secara etis praktek suap melanggar etika pasar. Bisnis didasari oleh prinsip hukum untuk mengatur kegiatan bisnis menyajahterakan semua pelaku bisnis. Bisnis dilandasi prinsip ekonomi pasar berarti seseorang yang bisnisnya

lebih ekonomis patut memenangkan persaingan tanpa suap. Penyimpangan terhadap aturan hukum berarti tidak etis karena bermain curang.

Pasar secara ekonomis adalah ajang kompetisi bisnis terbuka. Pebisnis piawai melakukan produksi yang lebih efisien dari pebisnis lain akan mampu memberikan penawaran harga efisien dengan kualitas produk bersaing terhadap pesaingnya di pasar. Praktek suap akan merusak efisiensi pembentukan harga dan kualitas produk di pasar, sehingga masyarakat terkecoh memperoleh produk kurang berkualitas sementara harganya juga tidak bersaing. Dalam bisnis modern secara etis pemberi maupun penerima suap dikategorikan sebagai tidak fair dan merugikan pebisnis lain ataupun konsumen.

Hal lain yang mendasari mengapa tindakan suap tidak etis adalah karena seseorang yang tidak melakukan bisnis dengan sebenarnya bisa memperoleh imbalan, sementara itu prinsip etika adalah barang siapa melakukan pekerjaannya maka ia memiliki hak untuk memperoleh imbalan.

Pengalaman Norma-Norma Moral dan Etika dalam Bisnis Global

Pembahasan tentang etika bisnis tidak akan lengkap apabila tidak mencakup pengalamannya dalam globalisasi bisnis. Yang menjadi sorotan pembahasan dalam tulisan ini ialah implikasinya terhadap penerapan norma-norma moral dan etika disaat melaksanakan bisnis, terutama bagi perusahaan beroperasi internasional. Tiga topik yang didiskusikan adalah: berbagai tantangan bagi dunia bisnis, implikasi globalisasi bisnis terhadap penerapan norma-norma moral dan etika.

BERBAGAI TANTANGAN BAGI DUNIA BISNIS

Bisnis internasional membuka peluang dan tantangan global. Pebisnis internasional harus menghadapi konsekwensi timbulnya masalah ekonomi bisnis global yang lebih berat. Barang siapa lebih mampu mengelola kelebihan

dan kelemahan bisnisnya maka secara etis mereka akan mampu memenangkan persaingan secara etis dalam bisnis global. Beberapa masalah kemungkinan timbul dalam interaksi bisnis secara etis didunia antara lain: mengatasi pengangguran, tanggung jawab sosial perusahaan, peningkatan kualitas hidup, peningkatan taraf hidup, keanekaragaman tenaga kerja, penyebaran demografi, pelestarian lingkungan, perkembangan teknologi yang secara etis perlu dikelola dan dikembangkan kualitasnya oleh pebisnis global.

Kondisi Bisnis Global

Ementara pebisnis global dari Negara-negara maju mampu menguasai daerah pasar yang sangat luas meliputi berbagai belahan benua dan menjual produknya dengan leluasa karena memiliki system produksi massa yang lebih ekonomis dan berkualitas; Negara-negara berkembang tidak mampu menyaingi kelihaian pebisnis global menyamai kualitas produksi mereka, bahkan Negara berkembang hanya mampu mengimpor segala bentuk barang konsumsi produksi dari Negara maju. Negara berkembang hanya mampu membuka perbatasan negaranya untuk dijadikan pasar produk teknologi tinggi dari Negara kapitalis. Bahkan Negara kapitalis mampu melakukan penetrasi budaya kepada penduduk Negara berkembang melalui produk mereka, dikhawatirkan budaya Negara berkembang akan terancam punah dan digantikan oleh budaya Negara kapitalis. Sebagai contoh: Dimana-mana dinegara

berkembang nama toko, nama jalan, nama rumah berbahasa Inggris, sementara di Inggris sendiri tidak dijumpai istilah apapun berbahasa Indonesia. Sebenarnya Negara berkembang secara global berada dalam cengkeraman bisnis Negara maju.

Pebisnis dunia mementingkan upaya membangun dan mengembangkan bisnis diberbagai kawasan dunia yang disadari perkembangannya sangat dipengaruhi oleh faktor faktor politik, ekonomi, teknologi, hukum, sosial, budaya, religion, dan keamanan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat konsumen maupun bukan konsumen. Mekanisme pasar merupakan aktifitas etis diperlukan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dunia melalui interaksi bisnis dunia yang lebih adil.

Bisnis dunia terbagi dalam kelompok bisnis berlandaskan kesamaan pandangan politik, ideology atau keagamaan menggunakan teknologi maju, meskipun demikian sementara ini kondisi kesejahteraan masyarakat dunia belum mengalami perbaikan.

Proses peningkatan kepentingan bisnis menyebabkan kejatuhan pemerintahan negara otoriter dan berpaham komunisme berubah menjadi lebih etis dengan menganut paham demokratisasi di bidang politik maupun ekonomi.

Proses industrialisasi peralatan perang telah beralih menjadi industry peralatan sipil karena perang dingin antara timur dan barat telah berakhir.

Para pemimpin dunia bersepakat meningkatkan proses kerjasama industri untuk meningkatkan perekonomian.

Globalisasi Bisnis Tidak Dapat Dihindari

Proses globalisasi membentuk berbagai peristiwa perekonomian dunia seperti:

1. Terbentuk forum kerja sama di bidang ekonomi seperti AFTA di Asia Tenggara, APEC di Asia Pasifik, Kerja Sama Ekonomi Negara-negara Teluk, African Financial Community di Benua Afrika.
2. Terbentuknya pasar baru berbagai jenis komoditas karena banyak Negara bersifat tertutup sekarang menjadi lebih terbuka menerapkan mekanisme pasar terbuka. Faktor perubahan system pasar di Negara timur memperoleh perhatian serius dari para usahawan dunia karena: Jumlah penduduknya sangat besar, produk konsumsi sangat diminati masyarakat negara-negara bekas blok timur. Negara bekas blok timur memiliki sumber bahan baku berlimpah. Banyak peluang penanaman modal asing terbuka di Negara bekas blok timur yang memiliki beberapa keunggulan komparatif seperti upah, energy dan biaya biaya lain murah.
3. Beberapa ciri perluasan usaha perusahaan multinasional seperti:
 - Wilayah operasinya melampaui batas-batas wilayah negara di mana perusahaan didirikan dan mencakup seluruh bagian dunia.

- Dipandang dari sisi modal dan struktur fisik serta jumlah karyawan berskala *massive* dan bersifat internasional.
 - Berproduksi beraneka ragam bisa berbentuk barang maupun jasa.
 - ♦ Pabrik pabrik didirikan di banyak tempat, kegiatan impor ekspor dilakukan secara timbal balik.
 - ♦ Penggunaan teknologi maju.
 - Sistem manajemen profesional.
 - Penghasilan sangat besar.
 - Dampak operasi bisnis sangat kuat dengan cakupan luas diberbagai bidang selain bisnis, dan perekonomian serta politik.
4. Perusahaan konglomerasi tumbuh pesat di negara-negara industri baru di negara-negara sedang berkembang.
 5. Peredaran produk produk berlisensi makin banyak berbentuk produksi obat-obatan, kosmetika, makanan, minuman, pakaian, dan produk lainnya.
 6. Bentuk bisnis kemitraan waralaba (*franchising*) untuk menghasilkan, memasarkan dan menjual produk tertentu semakin marak berkembang.
 7. Bisnis swasta yang berkembang tetap dipantau oleh pemerintah dengan berbagai cara, dan pemerintah juga berbisnis secara global.

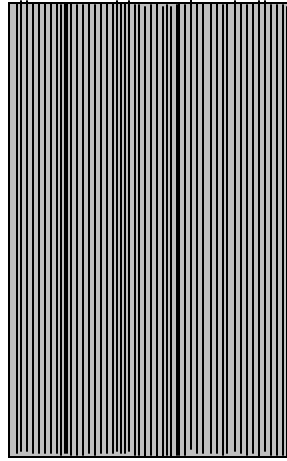
NORMA ETIKA DALAM GLOBALISASI BISNIS

Norma-norma moral dan etika bersifat universal, akan terus berperan sepanjang situasi, kondisi, waktu, dan ruang berlaku seiring dengan perkembangan bisnis global.

Kemampuan pebisnis melaksanakan norma etika disaat berbisnis dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- Filosofi kehidupan bisnis.
- Kepribadian pebisnis.
- Sistem dan peringkat nilai kehidupan.
- Latar belakang pendidikan.
- Kultur masyarakat lokal.
- Kultur organisasi perusahaan lokal.

Kemampuan pebisnis tersebut disesuaikan dengan situasi nyata perusahaan berprestasi demi keberhasilan perusahaan mencapai tujuannya. Penerapan norma-norma moral dan etika tersebut berkesesuaian dengan faktor politik, hukum, ekonomi, budaya, dan nilai-nilai sosial, teknologi, perkembangan lingkungan.



BAB 4

TANGGUNG JAWAB MORAL LINGKUNGAN BISNIS

*TANGGUNG JAWAB MORAL SECARA UMUM
ETIKA BISNIS: MENENGAHI TUNTUTAN DAN
KEPENTINGAN MORAL*

*MORAL LIBERALISME DAN SOSIALISME
KEUNTUNGAN SEBAGAI TUJUAN PERUSAHAAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN*

Tanggung Jawab Moral Secara Umum

Tuntutan apapun terhadap tanggung jawab adalah didasarkan pada keyakinan bahwa manusia mampu melakukan sesuatu dengan senang hati. Manusia harus mampu menanggapi segala perilaku, tindakan yang telah dilakukannya, karena manusia diharapkan seyogyanya memiliki perilaku sebagai makhluk hidup yang bertanggung jawab.

ETIKA LEVEL KEHIDUPAN BINATANG DAN MANUSIA

Manusia Makhluk Paling Sempurna

Benda, tumbuh tumbuhan, binatang dan manusia, adalah makhluk hidup (Aristoteles), mereka mempunyai peri kehidupan dan level kehidupan kejiwaan masing masing, bedanya manusia memiliki akal sementara binatang hanya

memiliki *basic instinct* untuk bertahan hidup. Manusia bisa memahami etika diberbagai wilayah berbeda dan melakukan penyesuaian perilaku komunikasi, sementara binatang dikatakan berlaku etis bila mampu memelihara keturunan mereka dan mempertahankan kehidupannya.

Manusia mempunyai kemampuan dan kebutuhan, sama dengan makhluk hidup lain, berkemampuan merekayasa komunikasi, hubungan antar individu dengan lingkungan berdasarkan kesepakatan bersama secara lisan atau tertulis. Sistem pendidikan manusia seraca etis mampu mengembangkan keterampilan dan kemampuan mental yang tidak dijumpai dalam sistem komunikasi benda, tumbuhan, binatang.

Manusia mengucapkan bahasa komunikasi yang canggih. Bahasa merupakan alat komunikasi tinggi untuk menyampaikan, memahami pemikiran etis antar individu. Manusia mengorganisir diri secara etis dengan maksud menjadi lebih berpengaruh kuat untuk mencapai cita cita ekonomisnya. Dalam organisasi diperlukan aturan aturan yang secara etis bisa membatasi dan mengatur arah interaksi individu dalam maupun diluar organisasi maupun individu dengan individu secara internal dan eksternal untuk mencapai kesejahteraan.

Setiap Benda Memiliki Jiwa

Setiap benda memiliki jiwa (Aristoteles). Pohon terus tumbuh dari kecil menjadi besar. Proses menjadi besar

tersebut diyakini sebagai terkandung sebuah kehidupan dalam sebatang pohon. Namun jiwa pohon berbeda dengan jiwa manusia. Jiwa manusia memiliki akal, sehingga bisa menghindar disaat pohon ambruk akan menimpa diri manusia. Sementara pohon tidak mampu menghindar disaat manusia berusaha menebangnya. Namun disaat yang sama keduanya memiliki factor kejiwaan atau *psyche* yang menghidupi jasad masing-masing. Istilah *psyche* berarti sangat luas bukan saja pikiran, gerakan; namun berarti "hidup". Batu adalah sebuah level kehidupan, ia hidup sesuai dengan keadaannya, ia berubah kehidupannya sesuai dzatnya; kadang berbentuk bulat, namun sebentar kemudian hidupnya berubah bentuk karena terlalu lama tertimpa air hujan. Semua benda di bumi seperti batu, tanaman, binatang, manusia mempunyai jiwa, diberi jiwa; dan tidak mati. Kehidupan mereka merupakan level kehidupan dimana mereka berada.

KESEIMBANGAN KEBEBASAN

Seseorang secara individual adalah etis bila bisa menentukan keputusannya sendiri. Namun demikian secara konsep universal seseorang hidup dengan orang lain disekitarnya dan berkomunikasi. Dalam kondisi demikian maka meskipun seseorang boleh mengambil keputusannya dengan bebas, namun sebuah keputusan menjadi etis apabila dalam proses pengambilan keputusan seseorang

mampu mempertimbangkan kepentingan orang lain untuk mencapai keseimbangan kesejahteraan kehidupannya.

Sebuah pengambilan keputusan etis merupakan keputusan yang bermanfaat bagi individu dan masyarakat lainnya serta bermanfaat juga untuk lingkungan alam. Manusia beradab dituntut untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya dan masyarakat sekitarnya disaat yang bersamaan tidak terjadi kerusakan alam demi kepentingan kelompok ataupun pribadi.

ETISKAH PERILAKU BEBAS

Dapatkah perusahaan ataupun individu berbuat semaunya untuk sekedar memperoleh manfaat bagi diri dan organisasinya masing masing? Beberapa filosofi keliru yang dianut bisnis modern, kaya dan hedonistic:

1. Perusahaan bebas diartikan tidak mempunyai kewajiban moral.
2. Kemerdekaan diartikan bebas dari tanggung jawab sosial
3. Kebebasan diartikan tidak peduli terhadap keadaan sekitar.
4. Pilihan bebas diartikan bisa melakukan apa saja yang disukai.

5. Perilaku seringkali *egoistic* untuk menyenangkan diri sendiri.

PERISTIWA KEHIDUPAN ETIS

Bagaimana melakukan pilihan secara bebas? Beberapa hal perlu dipertimbangkan dalam melakukan pemilihan bebas agar tidak mengganggu keseimbangan sosial bisnis.

Tujuan Manusia yang Universal

Manusia bertanggung jawab selalu memperhatikan kepentingan kesejahteraan lingkungan dan manusia dalam rangka memaksimalkan pencapaian kesejahteraan individu diimbangi dengan kesejahteraan social dan lingkungan sebagai tujuan kehidupan manusia secara universal mencapai kebahagiaan ekonomi secara merata dimanapun tempat tinggal mereka.

Keadaan Sekitar: Enam Bidang Kehidupan

Huibertas mendefinisikan enam bidang kehidupan berbentuk lingkaran. Lingkaran tersebut antara lain:

1. Individu
2. Kelompok keluarga utama (pasangan hidup, anak, orang tua): rumpun kecil.
3. Kelompok dan organisasi (rumpun dan persatuan)
4. Masa depan bersama sebagai manusia.
5. Kehidupan di bumi (biosfir tanaman, binatang, manusia).

6. Alam semesta (api, angin, air, daya tarik bumi).

DEFINISI TANGGUNG JAWAB PRIBADI

Seseorang hanya bertanggung jawab untuk hal-hal yang betul-betul rencanakan dan lakukan.

Definisi ini mempunyai dua sifat positif.

1. Secara tegas membedakan aspek perilaku manusia yang secara pribadi sepenuhnya dapat kita kendalikan dari aspek-aspek lain yang tidak sepenuhnya bisa dikendalikan.
2. Hal ini dapat membantu manusia menyadari bahwa akibat yang membahayakan tidak pernah disebabkan hanya karena kesalahan satu pribadi.

Seseorang tidak hanya bertanggung jawab terhadap rencana dan tindakannya, untuk suatu tingkatan tertentu ia juga dapat dianggap bertanggung jawab untuk kejadian berikutnya dan kerugian serta kerusakan yang diakibatkannya, andaikan dua kondisi berikut dipenuhi:

1. Bahwa orang itu bertindak dengan kemauan sendiri dan sadar, dan pada dasarnya ia mampu memperkirakan akibat yang akan terjadi (kriteria subjektif).
2. Bahwa tiap orang yang berakal dengan latar belakang budaya yang dapat disamakan dapat menduga bahwa tujuan dan rangkaian tindakan yang dilaksanakan

mungkin sekali dapat berakhir dengan kerusakan dan kerugian tertentu, dengan memperhatikan semua keadaan sejauh keadaan dapat diterima (kriteria objektif).

Walaupun definisi kedua menyatakan bahwa sampai suatu tahap tertentu individu tetap dianggap bertanggung jawab secara langsung terhadap peristiwa berikutnya, kedua definisi itu menunjukkan beberapa karakteristik paling baik dengan meninjau kembali beberapa akibat penting yang didukung oleh paling sedikit satu dari kedua definisi tanggung jawab pribadi.

Individu Bertanggung Jawab pada Tindakan Mereka

Walaupun individu berada dibawah tekanan lingkungan di mana mereka berada, setiap individu harus memilih, ia harus mampu bertindak dengan sadar dan dengan kemauannya sendiri secara bertanggung jawab, karena secara moral setiap aspek kehidupan manusia harus dipertanggung jawabkan kepada yang maha pencipta. Walaupun demikian etika normatif tetap mempertahankan bahwa manusia secara pribadi dapat membuat pilihan bagi diri sendiri ketika menilai tekanan keadaan dan kondisi faktual.

Norma dan Nilai Dasar Organisasi

Untuk mengendalikan dan mengembangkan filosofi bisnis mereka yang berhubungan dengan badan hukum dan memiliki visi atau misi yang mengontrol kegiatan bisnis.

Bilamana individu-individu melampaui minat vital dalam masyarakat mereka, maka masyarakat dapat menggunakan berbagai instrumen canggih. Contoh Negara Barat menganggap bahwa semua yang mereka lakukan secara bisnis terhadap dunia khususnya Negara berkembang adalah etis, sementara masyarakat Timur atau Negara berkembang merasakan bahwa Negara mereka berada dalam cengkeraman Barat secara ekonomis, namun mereka tidak dapat melakukan banyak hal karena miskin. Organisasi fundamentalis dapat juga menunjukan posisi pandangannya tentang filosofi moral dan politis. Fundamentalisme mengharuskan negara-negara modern mengembangkan perubahan perilaku baru dan pelaksanaan hukum kepada negara negara berkembang untuk menanggulangi kekerasan diilhami agama dan terorisme.

Aspek pertentangan perbedaan ideologis. Menurut teori Barat, Fundamentalis dinilai tidak etis, paranoid, dan penyalahgunaan tak bermoral. Para fundamentalis lebih menganggap musuh mereka sebagai pelayan korupsi dari peradaban Barat modern.

Namun menurut pendapat filsuf Timur, setiap manusia memiliki nilai yang sama dihadapan yang maha kuasa tidak perduli apakah mereka lahir di Barat atau Timur, dihadapan Tuhan secara moral nilai mereka sama, oleh karena itu perlu dipahami lebih jauh alasan terror tersebut dilakukan. Apakah mungkin mereka melakukan terror karena

kehidupan mereka diteror oleh kelompok peradaban Barat yang lebih kuat. Apakah perebutan bisnis diberlakukan cara cara terror untuk memenangkan persaingan. Apakah promosi juga menggunakan cara teror terhadap pengusaha lain pesaing bisnis. Persaingan dalam bisnis berjalan saling ancam mengancam sampai pada suatu tahapan dimana kelompok bisnis yang lemah menyerah atau tidak menyerah namun karena merasa lemah maka mereka memilih melakukan tindakan terror untuk memperoleh kemenangan. Menurut teori Barat, karena setiap individu boleh memilih keputusannya secara bebas untuk mencapai manfaat, maka tindakan mereka dinilai etis dan Fundamentalis juga etis karena tindakan mereka merupakan upaya mempertahankan lingkungan kehidupan mereka yang merupakan sebuah hak kepemilikan yang harus dipertahankan dibawah tekanan Barat.

Stigmatisasi dan Idealisasi

Apakah bertanggung jawab apabila seseorang seringkali melebih-lebihkan peran kelompok manusia tertentu. Sekelompok kecil orang membuat peraturan yang hanya diketahui oleh kelompoknya kemudian memberlakukan peraturan tersebut kepada masyarakat banyak. Contoh nyata diantaranya adalah Marxisme, Komunisme yang mengadopsi konsep Machiavelianisme membentuk peristiwa bersejarah kelompok proletar tertindas melawan kapitalisme.

Ikat diri dengan tanggung jawab terbatas

Perlu dibentuk rasa saling percaya antar pebisnis, pekerjaan dengan mutu tinggi, kompetisi konsep bisnis terbaik bagi semua pihak dan kenetralan prosedur sangat penting bagi perkembangan bisnis ekonomi nasional.

Etika Bisnis: Menengahi Tuntutan dan Kepentingan Moral

ETIKA BISNIS BERSIFAT NORMATIF

Etika bisnis mempelajari kebutuhan moral dilingkungan peradaban perusahaan bisnis modern berorientasi laba atau sosial. Etika bisnis harus menjelaskan masalah-masalah moralitas bisnis secara strategis. Filsafat moral berperan mengembangkan pendapat-pendapat rasional tentang bagaimana mengisi kebutuhan moral dan persoalan strategi bisnis. Kebutuhan melakukan tindakan moralitas bisnis tinggi sebaiknya seimbang dengan pelaksanaan strategi bisnis yang menginginkan perolehan keuntungan. Sehingga dimasa datang perusahaan tetap dapat eksis berbisnis karena tetap memperoleh keuntungan secara materil dan moral.

KEMANDIRIAN MORALITAS BISNIS

Posisi Bisnis dalam Masyarakat Modern

Bisnis merupakan bagian kehidupan penting masyarakat modern. Secara filsafat sosial bisnis bagaimana bisnis berperilaku sesuai harapan masyarakat modern. Cita cita *philosophy* dasar etika bisnis telah terlaksana bila bisnis dapat dilaksanakan sesuai dengan system pasar.

Masyarakat modern adalah masyarakat individual menomor duakan rasa persatuan dilandasi perbedaan strata lingkungan sosial. Kelompok pebisnis abad Pertengahan tidak membedakan antara penghasilan dan kehidupan keluarga, antara seni dan agama, namun masyarakat modern justru melakukannya. Sehingga dapat terlihat secara etis bahwa kehidupan filosofis masyarakat modern lebih rendah kualitasnya daripada masyarakat abad pertengahan.

Prinsip Unitarian

Unitarian adalah kelompok Keristen yang menganggap bahwa Tuhan adalah satu bukan Trinity. Filosofi Unitarian ini tidak melakukan perbedaan tingkat sosial masyarakat maupun tingkatan fungsional kemasyarakatan dalam dunia bisnis, manusia adalah sama dihadapan Tuhan. Masyarakat dizaman ini menggunakan nilai-nilai dan standar-standar umum budaya secara keseluruhan untuk menilai kegiatan bisnis dari sudut teknologi, ekonomi, dan administrasi publik secara sederhana. Masyarakat dizaman ini lebih mementingkan arti bisnis untuk saling tolong menolong

diantara anggota masyarakat, meningkatkan persatuan masyarakat.

Prinsip Separatis

Separatis merupakan paham filosofi bisnis menganut pemisahan tingkatan sosial dan fungsional dalam masyarakat modern sebagai kelompok pebisnis terpisah secara independen antara satu kelompok dengan kelompok masyarakat bisnis lainnya, sehingga terjadi persaingan antar kelompok, bahkan saling mengalahkan antar individu dan kelompok.

Menurut paham separatis, kegiatan bisnis merupakan bagian sistem pasar yang sangat mandiri terpisah dari etika, moral, budaya kehidupan masyarakat. Pandangan separatis bernilai amoral secara etika bisnis dan dapat menyebabkan jurang pemisah antara kaya dan miskin semakin jauh serta menimbulkan ketidak sejahteraan masyarakat secara umum, bahkan dengan prinsip ini globalisasi bisnis masyarakat dunia dapat mengarah pada penjajahan ekonomi antar bangsa yang berperadaban maju terhadap bangsa miskin.

Pandangan separatis bisnis dapat dieliminasi dengan control masyarakat ketat terhadap planning bisnis, proses dan pelaksanaan bisnis dengan cara separatis. Masyarakat dapat mengontrol secara etis tindakan pebisnis dengan memiliki sebagian saham perusahaan untuk mengontrol pelaksanaan bisnis agar selalu sejalan dengan cita-cita kesejahteraan kemasyarakatan.

Prinsip Integrasi

Kegiatan bisnis menurut paham integrasi (Jeurissen) secara etis harus memberikan manfaat kepada masyarakat meskipun harus dengan berbagai persyaratan bernilai materil dan moral. Kepentingan kesejahteraan masyarakat diutamakan selain memaksimalkan keuntungan sehingga kualitas kehidupan masyarakat meningkat sejalan dengan peningkatan kualitas dan penghasilan pebisnis.

Perumusan paham integrasi bisnis Jeurissen mempunyai kemiripan dengan teori pembaruan klasik oleh Max Weber dan Talcott Parsons.

Dasar Penuntutan Moral Bisnis

Mayoritas perilaku pebisnis memusatkan kegiatan bisnisnya memperoleh keuntungan dengan cara memaksimalkan azas manfaat dan menekan biaya. Paham tersebut dilandasi dengan prinsip memaksimalkan kepentingan pribadi. Banyak kegiatan bisnis dilakukan dengan cara amoral membujuk dengan memberi hadiah-hadiah, pertukaran tersembunyi saling bermanfaat, pertukaran bermanfaat sepihak, penyalahgunaan permintaan, penipuan, penyogokan, pencurian atau pemaksaan. Pelaku bisnis secara sistematis mengejar keuntungan semata dengan cara-cara merugikan mitra bisnisnya, atau ingin melenyapkan pebisnis lainnya.

RUANG LINGKUP ETIKA BISNIS NORMATIF

Etika bisnis *normative* memberikan kerangka bahasan mengenai definisi, asal dan tujuan etika bisnis. Uraian konsep dasar etika bisnis seperti pilihan bebas, tanggung jawab, perilaku moral dalam bisnis.

Pandangan pluralisme secara moral adalah cerminan dari paham individualis, setiap pebisnis memiliki kemerdekaan untuk menentukan pendapatnya masing masing. Setiap manusia diberikan kesempatan untuk memiliki dan mengemukakan pendapatnya masing masing serta menghargai pendapat orang lain. Perbedaan pandangan dapat saling melengkapi kekurangan pandangan yang satu dengan lainnya.

Secara strategis bisnis timbulnya perbedaan pendapat mencerminkan betapa pandainya para pebisnis tersebut merumuskan strategi bisnis secara matang, tenang dan bermanfaat mengeluarkan kebijakan bervariasi mengurangi risiko bisnis.

Tiga Pendekatan Normatif Tindakan Ekonomi

Tiga pandangan mungkin dapat menolong manajer mendefinisikan perilaku bisnis bertanggung jawab secara moral

1. Apa bentuk kegiatan bisnis agar semua pihak tercakup?
2. Sopan, benar, dan pantasakah kebijakan bisnis tersebut?
3. Apakah kebijakan ini mengembangkan ketrampilan yang diinginkan?

STUDI-STUDI KHUSUS DALAM ETIKA BISNIS

Etika bisnis terutama etika khusus, mempelajari kelompok-kelompok terpisah tentang persoalan moral dalam bisnis. Pandangan mengenai etika khusus dapat meragukan seperti pendapat Ronald Jeurissen yang dinyatakan sebagai pandangan Unitarian.

Bisnis dan Stakeholder Internalnya

Persoalan internal merupakan persoalan karyawan seperti misalnya diskriminasi pekerjaan, tindakan afirmatif, penggunaan system kekeluargaan dalam seleksi personalia, persoalan moral dalam manajemen sumber daya manusia, dan penggunaan insentif personalia.

Bisnis dan Konsumen

Materi masalah bisnis dan konsumen meliputi etika pemasaran, tanggung jawab produk, keselamatan konsumen, etika kelestarian alam dan etika periklanan.

Bisnis dan Lingkungan Alam

Bidang ini mengenai masalah lingkungan sehubungan dengan produksi dan perdagangan perusahaan. Tanggungjawab perusahaan swasta dihubungkan dengan tujuan politik ekonomi yang mengupayakan pertumbuhan ekonomi berkesinambungan. Teori Bucholz mengenai etika perkembangan ekonomi tersebut antara lain:

1. Nilai uang merupakan segalanya. Nilai hutan adalah kayunya yang dapat digunakan untuk pembangunan. Hutan dapat menghasilkan uang, dan menjadi aset sangat berharga bagi masyarakat.

2. Mengandalkan kecanggihan teknologi. Teknologi tinggi dan maju sangat bermanfaat dalam memproduksi sehingga dapat memperingan kinerja perusahaan dalam memperoleh profit, mengabaikan akibat negative yang dapat ditimbulkannya.
3. Kepercayaan kepada manajemen melalui fragmentasi. Cara mengelola pekerjaan melalui pembagian tugas yang besar menjadi beberapa tugas kecil yang dapat diawasi dan diatur.
4. Kepercayaan pada kekuatan alamiah manusia. Manusia cenderung menguasai alam daripada hidup serasi dengan alam, setelah dapat sebagian manusia selalu ingin meraih yang lebih besar karena percaya pada kemampuannya.
5. Pertumbuhan ekonomi adalah baik. Pertumbuhan ekonomi adalah pusat perhatian kegiatan masyarakat, kemajuan kehidupan sosial merupakan ukuran keberhasilan, ditunjukkan oleh besarnya Produk Nasional Bruto (PNB). Kerusakan lingkungan karena proses peningkatan pertumbuhan atau berapa besar kemusnahan modal alam untuk mencapai pertumbuhan tersebut adalah persoalan lain yang kemudian secara terpisah dilakukan pengkajian.

BUKTI PERANAN ETIKA DALAM BISNIS

Survei oleh Ulrich dan Thielemann

Menemukan dalam surveynya bahwa: Mayoritas manajer pendapat bahwa tanggung jawab moral atau sosial bisnis adalah sejajar, kadang-kadang bertentangan dengan orientasi pasarnya sehingga bisnis cenderung berlaku sosial. Legal bisnis strategis bukan sikap dominan para manajer sehingga operasi bisnis cenderung memperhatikan kepentingan kemasyarakatan selain profit.

Tidak Ada Pertimbangan Moral

Gejala menggunakan strategi nonmoral atau pertimbangan hukum dalam menanggulangi persoalan moral berjalan seiring dengan praktek moral (Bird dan Waters), jadi memutuskan suatu persoalan bisnis berdasarkan hukum merupakan tindakan moral.

TEORI ETIKA PARTISIPASI

Jika pebisnis secara sukarela berpartisipasi menciptakan bisnis profit sekaligus kesejahteraan sosial dalam aktifitas bisnisnya, maka aktifitas mereka dipandang etis, karena aktifitas mereka dianggap mewakili kepentingan bisnis dan kepentingan ekonomi masyarakat bersama.

Selain etika partisipasi, van Luijk memperkenalkan etika transaksi dan etika pengenalan. Keduanya menyatakan tanggung jawab moral yang ada dalam lingkungan bisnis, berdasarkan perjanjian antar kepentingan-kepentingan egosentris atau pada pengenalan tugas-tugas yang ada.

Etika Transaksi

Dalam etika transaksi selalu terjadi tawar menawar yang pada akhirnya menguntungkan kedua belah pihak. Dalam etika transaksi perasaan kesetiakawanan dan kesetiaan untuk sementara waktu dikesampingkan demi mencapai kesepakatan dalam tawar menawar, alasan rasional semata yang dipakai dalam proses tawar menawar. Paham ini mengutamakan kepentingan pribadi pebisnis dari kepentingan lainnya. Namun secara etis bisa dilakukan penengahan dalam tawar menawar menggunakan pihak ketiga agar lebih bisa keputusan diambil secara netral dan etis. Paham penengahan netral ini lebih bersifat menguntungkan semua pihak yang berbisnis.

Etika Pengenalan

Etika pengenalan menganggap apabila seseorang saling mengenal satu sama lain, maka tidak etis apabila mereka tidak saling memberi atau saling melindungi. Setiap anggota masyarakat yang saling mengenal sewajarnya saling memberi, memelihara dan melindungi agar kesejahteraan ekonomi dapat secara merata dinikmati oleh pribadi dan umum.

Paham ini berlaku adil secara moral terhadap anggota masyarakat, hak dan kewajiban anggota-anggotanya lebih diutamakan daripada kepentingan pertimbangan egosentris. Van Luijk menerapkan pandangan ini pada lingkungan bisnis.

Etika Partisipasi

Pebisnis diharapkan melakukan bisnis secara moral dengan memperhatikan masyarakat sejajar dengan kepentingan pribadinya dalam rangka operasi bisnisnya. Pebisnis dianggap etis jika mereka mampu berpartisipasi secara aktif dan sukarela menjaga kelestarian lingkungan selama proses produksi bisnis berlangsung, kepentingan umum lebih diutamakan daripada kepentingan pribadi. Persoalan partisipasi bisa meliputi pengurangan limbah secara sukarela, praktek manajemen kualitas total, perawatan kesehatan karyawan atau kebijakan diskriminasi positif.

Moral Liberalisme dan Sosialisme

ETIKA LIBERALISME DAN SOSIALISME

Pergeseran telah terjadi pada paham sosialisme maupun liberalisme. Menjelang era globalisasi terjadi kegagalan dan keberhasilan liberalisme di negara-negara industri. Liberalisme gagal secara etis etika karena mengubah paham liberalisme *laissez faire laisser passer* atau non-intervensi negara terhadap proses aktifitas bisnis di pasar. Melalui cita cita *welfare state*, maka campur tangan campur tangan pemerintah dibidang sosial-politik sangat dominan. Sistem jaminan sosial direncanakan, diselenggarakan oleh pemerintah dengan maksud membantu masyarakat miskin. Liberalisme juga berhasil karena sistem ekonomi pasar diakui baik dan menguntungkan banyak pihak. Sistem ekonomi pasar bebas berhasil mencapai keseimbangan lebih bagus daripada sistem perencanaan yang dilakukan oleh pemerintah sebagaimana terjadi dipemerintahan sosialis, terbukti

kemudian bahwa sistem ekonomi komunis runtuh. Kemudian liberalisasi dan globalisasi ekonomi pasar berkembang keseluruh dunia.

KAPITALISME DAN DEMOKRATISASI

Kapitalisme sebagai system ekonomi membagi kelas sosial pelaku ekonomi menjadi kelas kapitalis dan kelas proletar.

Ideologi kapitalisme adalah liberalisme mengutamakan milik pribadi, perolehan keuntungan, dan persaingan dalam sistem ekonomi pasar bebas. Sistem kapitalis dioperasikan dengan pembentukan modal *massive* membangun industri untuk memperoleh laba sebesar-besarnya, kemudian reinvestasi kembali sampai kekayaan menjadi semakin besar. Sistem ekonomi tersebut cenderung membentuk monopoli yang merugikan masyarakat bisnis, meskipun paham ini ditentang oleh para kapitalis.

Secara demokrasi praktek kapitalisme merugikan kelompok buruh karena cenderung tidak memberikan kesejahteraan kepada buruh dan pembayaran gaji rendah ini merupakan cermin rendahnya demokrasi dalam bisnis. Hak para buruh cenderung tidak diperhatikan karena kapitalis mengutamakan penekanan biaya proses produksi rendah agar keuntungan bisnis dapat diperoleh maksimal.

ETIKA PASAR BEBAS

Para pelaku pasar diharuskan berlaku jujur dan adil berdasarkan moralitas bisnis. Pelaku pasar harus misalnya menggunakan uang legal bukan uang palsu atau cek yang sah bukan cek kosong, menjual produk atau jasa berkualitas sesuai dengan janjinya.

Keuntungan sebagai Tujuan Perusahaan

Tidak bisa dikatakan juga bahwa setiap kegiatan ekonomis menghasilkan keuntungan melainkan memberikan manfaat. Keuntungan atau profit baru muncul dengan kegiatan ekonomi memakai sistem keuangan. Dalam bisnis system barter, tidak diperoleh profit secara nyata, walaupun kegiatan itu bisa menguntungkan kedua belah pihak. Barangkali bisa dikatakan, disinilah letaknya perbedaan antara perdagangan dalam bisnis. Perdagangan mempunyai arti lebih luas, hingga meliputi juga kegiatan ekonomis seperti barter. Bisnis merupakan perdagangan yang bertujuan khusus memperoleh keuntungan finansial.

KAPITALISME BERCITA-CITA PROFIT MAKSIMUM

Kapitalisme liberal mendasari kegiatan bisnisnya dengan cara memperoleh keuntungan sebesar besarnya, hal tersebut dinilai kurang etis. Kenyataan tersebut telah terjadi

berabad abad di negara negara barat. Namun lama kelamaan kecenderungan tersebut telah berkurang. Banyak pebisnis memandang bahwa pekerja merupakan partner bisnis daripada sekedar buruh bayaran, sehingga kesejahteraan buruh juga semakin meningkat sementara itu hubungan baik antara pemodal dengan karyawannya menjadi bersaudara, tersedia mekanisme perundingan buruh dan majikan bila terjadi perselisihan, hak-hak kaum buruh sudah diakui mereka sering dilayani untuk berdialog, demikianlah perkembangan dunia bisnis lebih etis.

PEKERJA ANAK

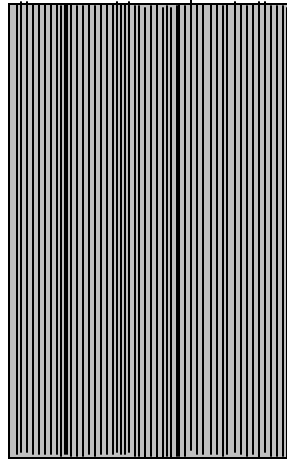
Masa kanak kanak adalah masa bahagia bagi anak anak yang tidak dapat dihilangkan oleh siapapun meskipun dengan alasan untuk mempertahankan kehidupan dengan berbisnis atau bekerja mencari uang. Dunia anak belum dapat memahami apakah mereka diperlakukan sesuai dengan hak dan kewajiban mereka oleh para pengusaha, bahkan anak anak belum dapat berfikir analitis atau berargumentasi, sehingga mempekerjakan anak berarti melakukan pemaksaan dan pembohongan terhadap anak oleh karenanya hal tersebut merupakan prinsip *exploitation de l'home par l'home* penghisapan manusia atas manusia yang tidak etis. Masa kanak kanak adalah hak anak, kanak kanak tidak dapat disamakan dengan orang dewasa yang telah mampu menyatakan pendapatnya untuk setuju atau tidak terhadap perlakuan bisnis kepadanya.

RELATIVITAS KEUNTUNGAN

Bolehkah perdagangan atau bisnis mengambil keuntungan? Apa perlunya perolehan keuntungan? Keuntungan merupakan tolok ukur penilaian kesehatan perusahaan atau efisiensi manajemen perusahaan; Keuntungan merupakan pertanda bahwa produk atau jasa diminati oleh masyarakat; Keuntungan merupakan sebuah motivator untuk meningkatkan prestasi; Keuntungan merupakan standard keberlangsungan perusahaan di masa depan; Keuntungan mengompensasi resiko dalam bisnis.

Manfaat bagi Stakeholders

Secara etis keputusan untuk menambah produksi, menambah keuntungan, menutup pabrik, memindahkan atau menambah suatu unit produksi seperti pabrik harus mempertimbangkan kepentingan *stakeholders* karena bisnis tidak bermanfaat hanya untuk *stockholder* melainkan bermanfaat bagi *stakeholder* yang termasuk didalamnya adalah karyawan dan masyarakat sekitar pabrik.



BAB 5

KEADILAN DALAM BISNIS

Ekonomi dan Keadilan

Semua Pihak Perlu Menyadari Moral

Memuliakan Pembeli, dan Lingkungan

Hubungan Bisnis dengan Pemerintah

Hubungan Bisnis dengan Masyarakat

Hubungan Perusahaan dengan Karyawannya

Keadilan Bisnis

Monopoli dan Kebijakan Pemerintah

Ekonomi dan Keadilan

HAKIKAT KEADILAN

Keadilan adalah sebuah kondisi mengenai keadaan dua orang, dan selalu harus ada minimal dua orang yang diperbandingkan. Apabila seseorang memiliki sesuatu maka bagi dirinya hal tersebut adalah adil. Namun demikian akan dikatakan tidak adil kalau orang lainnya tidak memiliki sesuatu yang sama. Jadi seseorang cenderung mengatakan adil baginya bila ia memiliki sesuatu, dan akan mengatakan tidak adil bila ia tidak memiliki sesuatu. Keadilan selalu membicarakan diri sendiri dibandingkan dengan diri orang lain. Untuk menunjukkan keadaan keadilan diperlukan paling tidak dua orang untuk diperbandingkan. Keadilan selalu tertuju pada orang lain atau keadilan selalu ditandai *other-directedness* (J. Finnis).

Keadilan tidak sebatas untuk dibicarakan saja. Keadilan harus ditegakkan. Keadilan merupakan hak semua orang sehingga harus diberikan kepada semua orang. Pebisnis harus berlaku adil terhadap dirinya maupun kepada

konsumen dan masyarakat lainnya. Hak orang lain atau hak konsumen harus diberikan disetiap transaksi.

Keadilan menuntut persamaan (*equality*). Atas dasar keadilan, kita harus memberikan kepada setiap orang apa yang menjadi haknya, tanpa kecuali.

PEMBAGIAN KEADILAN

Keadilan dapat dibagi dalam dua, secara klasik dan modern.

Klasik

Menurut teori klasik dibagi dalam tiga jenis keadilan umum, keadilan distributif, dan keadilan komutatif.

Keadilan umum (*general justice*). Menurut teori ini masyarakat wajib memberi pemberiannya pada masyarakat atau negara apa yang menjadi haknya. Keadilan umum ini menjadi dasar prinsip kebaikan umum atau kebaikan bersama. Atas dasar kebaikan bersama, *maka* masyarakat harus menempatkan kepentingan umum di atas kepentingan pribadi. Prinsip tersebut merupakan kewajiban mutlak tidak bisa ditawar-tawar, karena mengikuti prinsip keadilan kebaikan bersama.

Keadilan distributive (*distributive justice*). Menurut keadilan distributive, Pemerintah atau Negara harus membagikan kemakmuran kepada seluruh anggota masyarakat dengan cara yang sama. Berdasarkan keadilan ini pemerintah harus membagi segalanya dengan cara yang sama kepada para anggota masyarakat pembagian merata

bisa dilakukan dalam hal perlindungan hukum, bintang jasa, tunjangan bulanan untuk veteran, kesempatan berbisnis yang sama kepada semua pebisnis.

Keadilan komutatif (*commutative justice*). Setiap orang harus memberikan kepada orang lain apa yang menjadi haknya. Hal tersebut berlaku secara individual maupun sosial. Individu satu harus memberikan haknya kepada individu lain, kelompok satu juga harus memberikan haknya pada kelompok lain. Jadi secara praktek bisnis perusahaan harus berlaku adil terhadap perusahaan lain.

Modern

Pembagian keadilan secara modern terdiri dari keadilan distributif, keadilan retributif, dan keadilan kompensatoris.

Keadilan distributive (*distributive justice*). Keadilan harus dibagikan oleh pemerintah pada individu atau kelompok masyarakat. *Benefits and burdens* atau berbagai hal yang menyenangkan maupun yang membebani harus dibagikan secara adil merata kepada anggota masyarakat.

Keadilan retributif (*retributive justice*). Keadilan menurut teori *retributive justice* mengatakan bahwa hukuman yang diberikan kepada pihak yang bersalah harus adil, seorang pengusaha mencemari lingkungan ringan dapat dihukum ringan bila kesalahannya berat maka dapat dihukum berat.

Keadilan kompensatoris (*compensatory justice*). Seorang pengusaha memiliki kewajiban secara moral

mengganti rugi atau kompensasi kepada individu atau organisasi yang dirugikannya.

KEADILAN INDIVIDU DAN KEADILAN SOSIAL

Keadilan sosial terjadi apabila hak-hak sosial terpenuhi. Keadilan individual terlaksana, bila hak-hak individual terpenuhi. Keadilan individu lebih mudah dilaksanakan daripada keadilan sosial. Ekonomi masyarakat modern bersifat kompleks oleh karenanya cukup sulit untuk melaksanakan keadilan sosial dengan baik dan bisa diterima oleh semua orang. Perubahan terhadap kenaikan suku bunga, pajak-pajak dapat memberatkan secara ekonomis bisnis kepada masyarakat tertentu, sehingga keadilan sosial mungkin sulit tercapai, namun beberapa pengusaha lihai dan licik mungkin dapat memperoleh manfaat dari peristiwa tersebut.

Karena setiap individu dan kelompok memiliki keinginan, prioritas bisnis dan cita-cita ekonomi masing-masing dan memiliki standar materialistis masing-masing yang tidak sama satu sama lain, maka biasanya sulit melaksanakan keadilan secara merata. Keadilan menurut individu satu standarnya berbeda dengan individu lainnya karena pandangan materialisme atau ukuran kaya dan tidaknya seseorang selalu berbeda untuk setiap orang atau kelompok.

Keadilan Distributif

Keadilan distributif terwujud, kalau diberikan:

1. kepada setiap orang bagian yang sama;
2. kepada setiap orang sesuai dengan kebutuhan individualnya;
3. kepada setiap orang sesuai dengan haknya;
4. kepada setiap orang sesuai dengan usaha individualnya;
5. kepada setiap orang sesuai dengan kontribusinya kepada masyarakat;
6. kepada setiap orang sesuai dengan jasanya.

Semua Pihak Perlu Menyadari Moral

Kesadaran moral perlu disadari oleh semua pelaku bisnis. Pebisnis sebenarnya juga mengakui bahwa moralitas bisnis diperlukan dalam transaksi bisnis. Interaksi bisnis bisa dilakukan dengan beberapa cara yang telah biasa dilakukan oleh pebisnis antara lain:

1. Kepentingan manfaat untuk diri sendiri (egoisme pribadi).
2. *Enlightened self-interest* (kepentingan orang lain dihargai).
3. Kepentingan umum (kepentingan umum diutamakan).

SASARAN MORAL DAN PRINSIP-PRINSIP MORAL

Sasaran dan Kewajiban Kepentingan

Keberhasilan bisnis menentukan sasaran dan kewajiban moral bisnis bisa dilakukan dengan beberapa cara:

- Hasil dan kewajiban dianalisis untuk memperoleh maksimalisasi laba.
- Hasil dan kewajiban harus sebanding dengan pencapaian kepentingan
- Beberapa cara harus ditentukan untuk mencapai kepentingan bisnis
- Bagaimana tindakan yang akan diambil bila kepentingan bisnis tidak tercapai karena terdesak oleh keadaan.

FILOSOFI BISNIS PRAKTIS DAN KEPENTINGAN

Mengutip Ricardo Semler, semua manusia memiliki kepentingan ekonomi, maka secara moral ekonomis mereka harus diberikan insentif secara ekonomi, sehingga untuk mencapai keberhasilan bisnis diperlukan partisipasi karyawan, pembagian keuntungan, dan komunikasi yang baik.

Semler membahas prinsip kesederajatan manusia, dalam prinsip tersebut manajemen perusahaan dibagi dalam unit unit kecil dan memberi tugas kepada para karyawan untuk memajukan perusahaan secara mandiri sebagaimana perusahaan milik sendiri. Komitmen bersama karyawan didorong untuk memajukan perusahaan sebagaimana miliknya sendiri, kemajuan perusahaan secara otomatis akan akan memajukan ekonomi karyawan, dengan demikian produktifitas perusahaan akan timbul dengan sendirinya. Secara moral, untuk menjaga objektivitas tugas perusahaan,

maka karyawan harus dimutasi setiap periode dua tahun, hal tersebut untuk menjaga moralitas karyawan terhadap tugasnya.

KEPENTINGAN DAN MATERIALISME EGOISTIS

Manusia perlu menyadari dirinya sebagai makhluk sosial, sehingga perlu menyadari bahwa kepentingannya tidak ditujukan bagi dirinya sendiri dan adakalanya kepentingan egosentris tersebut tidak terlaksana dengan sempurna karena kepentingan diri sendiri berdampingan dengan kepentingan masyarakat sosial. Dengan demikian manusia secara moral *relative* harus berbagi kebahagiaan kepentingan dengan orang lain.

Kepentingan Ekonomis Zaman Batu Sahlin

Kelompok terdekat manusia adalah keluarga. Paham dalam kelompok ini adalah saling memberi berikan yang terbaik atau terbanyak kepada orang lain supaya mereka merasa senang dan tetap memelihara persahabatan. Kelompok selanjutnya adalah hubungan antar marga. Dalam kelompok marga tukar menukar pemberian yang sama, seimbang, setara akan bisa memelihara persahabatan. Kelompok terjauh adalah kelompok orang dianggap bukan anggota kelompok. Dalam kelompok ini terjadi eksploitasi manusia atas manusia menggunakan tipu muslihat untuk meraih kenikmatan dunia sesaat tanpa menghiraukan

persahabatan. Persahabatan hanya dinilai dengan sejumlah uang secara materil.

Teori Thomas Gordon mengenai negosiasi difokuskan pada pencapaian sebagian kepentingan, kemenangan mutlak secara moral dihindari. Bila sebagian kepentingan telah dapat terwakili dalam negosiasi, maka secara etis dapat diterima; tawar menawar kepentingan memerlukan pertukaran konsesi kepentingan bisnis. Perdamaian kepentingan merupakan pusat perhatian. Win win solution adalah pemecahan masalah terbaik.

Kepentingan kebutuhan dasar manusia

Kebutuhan dasar manusia mencakup: keamanan, kesejahteraan ekonomi, rasa memiliki, pengakuan, kendala terhadap kehidupan seseorang. Berusaha memperoleh dan memperjuangkan kepentingan berarti berusaha meyakinkan pihak lain untuk mengakui kepentingan seseorang, sehingga mereka berfikir secara etis memang sebaiknya memberikan segala sesuatu kepentingan yang menjadi hak orang lain.

SIKAP TIDAK ETIS

Egoisme

Terdapat dua pengertian, setiap orang selalu mengutamakan kepentingan diri sendiri, tidak mepedulikan hak hak orang lain (egoisme psikologis). Setiap orang seharusnya mengejar kepentingan diri sendiri,

dengan mengabaikan kepentingan orang lain (egoisme normatif).

Klasifikasi Egoisme

1. Mengutamakan kepentingan diri sendiri, tanpa mencelakakan orang lain.
2. Mengutamakan kepentingan diri sendiri, dengan membiarkan kerugian di pihak lain.
3. Mengutamakan orang lain, berdasarkan pada kepentingan diri sendiri.
4. Mengutamakan orang lain tanpa memikirkan diri sendiri.
5. Rasa tanggung jawab mempunyai kewajiban, dengan mengesampingkan kepentingan pribadi.

Reduksionalis

Reduksionalis bersikap mengurangi, mengabaikan kepentingan orang lain. Sikap reduksionalis tidak efektif dan tidak produktif karena tidak dapat netral secara moralitas terhadap upaya mempertimbangkan, memperhatikan kepentingan pihak-pihak lain.

Egoisme berlebihan berdasarkan prinsip pilihan bebas. Egoisme bisa mengurangi kepentingan orang lain. Merupakan sikap tidak etis, tidak realistis jika kebebasan diartikan sebagai bebas berbuat sesuka saya, mempertahankan pendirian abstrak, tidak memperhatikan situasi dan kondisi, terutama kepentingan pihak lain yang sedang dipertaruhkan.

Egoisme psikologis membela kepentingan orang lain karena memiliki kewajiban. Manusia perlu sekali waktu

dimotivasi untuk mengutamakan orang lain karena memiliki kewajiban menghormati orang lain, bila tidak, maka mereka menempatkan kehidupan mereka sendiri dalam bahaya.

Kedua posisi tersebut bersifat kontradiktif. Teori ini menegaskan bahwa seseorang sebenarnya mengejar kepentingan diri sendiri. Namun, bagaimana jika orang lain bersikap sedemikian rupa? Seseorang mengabaikan tuntutan orang lain untuk memperoleh kepentingannya.

Kelemahan Teori *Egoism*. Egoisme menganggap bahwa pengejaran kepentingan diri sendiri merupakan motivasi dan juga sasaran moralitas karena manusia memiliki keinginan dasar yang masing-masing berbeda; teori *hedonism* menyatakan hal ini sebagai nafsu. Teori etika egoisme berdasarkan kepentingan tidak mampu membedakan sasaran, tujuan, motivasi, metode, dan dampaknya karena fokus perhatian seseorang adalah kepentingan diri sendiri bukan kepentingan orang lain. Perlu dipertimbangkan bahwa motivasi manusia mencapai kepentingannya dalam bisnis dan mengabaikan kepentingan orang lain dapat berakibat negatif terhadap tata pergaulan bisnis normal.

Egoisme Bisnis Amoral

Karena dasar bisnis adalah hubungan antar manusia, sementara itu hubungan antar manusia harus dilandasi prinsip kebaikan, maka bisnis harus dilakukan untuk kebaikan manusia dengan demikian bisnis harus dilakukan secara moral. *Amoral business mitos* (De George, 1990) menyatakan bahwa pencarian keuntungan dalam suatu

kegiatan harus mempertimbangkan moral. Sukses kompetisi pasar bebas tergantung pada sikap keteguhan orientasi target, berlandaskan moral. Sasaran bisnis cara ini antara lain:

1. Menjaga kepentingan diri sendiri dalam bisnis tidak berseberangan dengan moralitas konvensional.
2. Pencapaian kepentingan pribadi bisnis tanpa kendali harus merupakan sasaran terakhir (tuntutan normatif).

Kepentingan Tidak Etis

Peraturan memihak. Sifat ini paling egois. Sikap tak bermoral ini memberi prioritas absolut bagi kepentingan yang keliru satu pihak tertentu.

Penyalahgunaan kekuasaan. Prioritas tinggi untuk beberapa kepentingan berpusat pada diri sendiri atau berpusat pada kelompok menyebabkan penderitaan dipihak lain.

Tidak adanya alternative. Ketidak mampuan mengakui diri sendiri sehingga cenderung menutup diri dari pendapat orang lain yang berakibat ketidakmampuan berhubungan berkomunikasi terbuka dengan orang lain dengan dasar prinsip kesamaan pendapat dan win win.

Alasan instrumental. Berhubungan dengan kelompok eksternal keputusan selalu hanya berdasarkan pertimbangan materialistis seperti: sukses, uang, atau penghargaan. Persepsi tersebut lama kelamaan terbentuk dan dapat merusak reputasi bisnis yang dilandasi oleh rasionalisasi dan persahabatan jangka panjang.

Kurang perhatian terhadap pihak lemah. Kepentingan pihak-pihak luar lebih lemah karena perbedaan status sosial dan penghormatan bagi hak-hak mereka untuk berpartisipasi diabaikan.

Ciptakan lingkungan kompetitif. Kompetitif merupakan sebuah keadaan dimana Perusahaan memperoleh keuntungan bisnis yang dilakukan dengan mengungguli pesaing bisnis berdasarkan moralitas bisnis. Kondisi tersebut dapat dilakukan dengan menciptakan produk produk terbaru dan berkualitas yang mendorong persaingan bisnis lebih ketat, tidak menjatuhkan lawan bisnis secara curang, memberikan pelayanan sesungguhnya, tidak melakukan kebohongan promosi.

Komunikasi Etis

Beberapa persyaratan yang perlu dipatuhi disaat berkomunikasi menurut Jan de Leeuw (1994) antara lain:

Keterbukaan. Sebaiknya komunikasi antara karyawan dan manajer serta pemilik bisnis dalam perusahaan dilakukan secara terbuka. Karyawan memiliki kepentingan terhadap perolehan pendapatan perusahaan, atau kesulitan yang dihadapi oleh perusahaan sehingga usulan mereka perlu diperhatikan. Bila terjadi sesuatu dengan perusahaan maka pihak karyawan terutama yang akan menerima resikonya. Komunikasi terbuka semua pihak dalam perusahaan akan lebih menguntungkan perusahaan secara keseluruhan.

Saling menghargai. De Leeuw menggunakan istilah *persamaan; hak sama* atau *saling menerima*. Pemilik perusahaan, manajer dan karyawan memiliki kewajiban untuk saling menghargai dalam pekerjaan. Mereka memiliki fungsi masing-masing yang berharga sesuai dengan fungsi mereka masing-masing. Setiap individu dalam organisasi harus saling memberi kepercayaan pada individu lainnya dalam melaksanakan pekerjaan, dengan demikian semua pihak akan berintegrasi dan bersinergi untuk menyatukan kekuatan mereka masing-masing demi kepentingan keberhasilan perusahaan.

Koherensi logis. Semua tindakan bisnis, perolehan keuntungan bisnis secara moral harus dilandasi oleh logika. Kenaikan harga barang terpaksa dilakukan dengan dilandasi argumentasi logis seperti kenaikan harga bahan baku, maka keputusan menaikkan harga tersebut terasa logis dan etis dirasakan oleh para konsumen. Keputusan tersebut setidaknya tidak terlihat bahwa perusahaan bersikap egois.

Mempertimbangkan sesuatu dari berbagai sudut pandang. Bisnis dilakukan secara bersama sama dan berkelompok. Kelompok internal perusahaan dan kelompok eksternal perusahaan berkepentingan terhadap berbagai keputusan perusahaan dalam bisnis. Setiap pengambilan keputusan bisnis selalu mengandung resiko pada mereka. Pengambilan keputusan terasa etis dan adil jika dapat memenuhi harapan semua pihak seperti pihak internal perusahaan, pihak eksternal perusahaan atau para

stakeholder perusahaan. Keputusan bisnis yang didasari oleh pandangan, pertimbangan, dan melibatkan stakeholder dalam pengambilan keputusan tentu dianggap lebih bermoral daripada hanya mempertimbangkan kepentingan pebisnis sendiri.

Memuliakan Pembeli, dan Lingkungan

HUBUNGAN MANIPULATIF DAN NONMANIPULATIF

Teoris Timur menyatakan bahwa praktek bisnis tidak etis, kebanyakan secara mayoritas melakukan tindakan manipulatif merendahkan orang lain, tidak menghargai eksistensi benda, tumbuhan, binatang dan manusia ciptaan Tuhan yang Maha Kuasa sebagai pelaku bisnis, kebanyakan mereka diperlakukan sebagai obyek bisnis untuk memperoleh keuntungan. Tuhan menciptakan alam semesta untuk meningkatkan kesejahteraannya melalui perdagangan berisi benda, tumbuhan, binatang dan manusia. Karena mereka ciptaan Tuhan yang Maha Kuasa, maka barang siapa berbisnis dengan ciptaan Tuhan hendaklah tidak melakukan manipulasi, karena memanipulasi mereka berarti melakukan pembohongan kepada penciptanya.

Teori Barat dalam *Enlightened egoism* membolehkan hak-hak dan kewajiban yang tidak dapat diganggu-gugat, karena ia menghormati hak-hak minimum. *Enlightened egoism* tidak melihat transaksi sebagai suatu permainan manipulasi timbal balik.

Enlightened egoism tidak memperkenankan kewajiban moral sedikitpun, penciptaan nilai, kewajiban bersama, dan komitmen moral, menunjukkan bahwa situasi para individu hanya saling memanfaatkan.

ETIKA KEWAJIBAN DALAM MASYARAKAT MODERN

Modernisasi bisnis merupakan kegiatan ekonomi mengenai peningkatan kesejahteraan individu dan masyarakat, kegiatan tersebut memerlukan pengorbanan masyarakat karena kegiatan ekonomi bisnis tersebut secara terus menerus mengubah tatanan ekonomi bisnis sehingga kebiasaan dan perilaku masyarakat juga terus menerus didorong untuk berubah dan saling menyesuaikan diri.

Perbedaan budaya dan taraf hidup masyarakat yang sedang berdagang terus menerus dapat dijumpai dalam berbagai kesempatan hubungan bisnis oleh karena itu penyesuaian nilai-nilai moral dan kebudayaan secara otomatis harus disadari oleh individu dan masyarakat. Kewajiban moral masyarakat adalah saling menghargai dan menyesuaikan diri dalam rangka berhubungan bisnis yang otomatis menggeser nilai-nilai budaya dan etika bisnis setiap saat. Setiap kelompok masyarakat harus memahami

perubahan model bisnis dari sederhana menjadi lebih modern.

KEWAJIBAN PLURALISTIK HAK ASASI MANUSIA

Hak asasi manusia klasik dan hak-hak sosial

Masyarakat memiliki kewajiban moral untuk menghargai hak asasi bermacam manusia dari berbagai tingkat sosial ekonomi dan fungsional. Berbagai hukum tertulis diciptakan untuk menghormati, melindungi hak asasi manusia.

Hak asasi manusia klasik

Hak asasi manusia klasik dikemukakan oleh ahli filsafat John Locke, yang mengungkapkan setiap orang memiliki hak menikmati hasil bisnis milik pribadi. Setiap pribadi memiliki nilai-nilai dasar, hormat pada milik pribadi, keamanan hidup dan fisik, kebebasan berbicara dan suara hati, proses bisnis yang benar, persetujuan terbuka dan disebarluaskan serta partisipasi dalam kelompok sosial seseorang.

Hak-hak asasi manusia tentang kemerdekaan merupakan nilai dasar utama dalam upaya perusahaan swasta menghindari berbagai bentuk pembatasan kolektifis-feodal (Inggris abad ke-18), korporatis (Spanyol dibawah Jenderal Franco), atau komunis (privatisasi Eropa Timur).

Hak-hak sosial

Organisasi bisnis atau individu harus menjamin hak-hak sosial dan kesejahteraan tiap warganya.

Hak-hak sosial disebut juga hak-hak positif yang menghargai hak, warganegara secara individual terhadap bahan kebutuhan pokok. Ciri-ciri hak dan kewajiban:

1. Keduanya menonjolkan tuntutan moral yang sangat kuat. Tuntutan-tuntutan ini berpengaruh dalam perdebatan moral.
2. Keduanya mengubah tuntutan yang dibuat oleh kepentingan pribadi untuk diperhitungkan.
3. Secara bersama hak-hak semacam itu dapat merupakan pedoman moral untuk warganegara yang bertanggung jawab, dan berdampak langsung terhadap kewajiban manajemen perusahaan.

NORMA DEONTOLOGI KANT

Tes Lakmus untuk Pedoman Moral

Teori etika kewajiban (*deontology*) Immanuel Kant (1724-1804) merupakan teori dasar kewajiban, seseorang memang memiliki kewajiban untuk berbuat baik terhadap sesamanya dibidang bisnis. Teori Kant menyatakan bahwa seseorang harus mengikuti pedoman dengan tiga kriteria berikut:

1. Reversibilitas (dapat dibalik)
2. Universalibilitas

3. Kesadaran diri sendiri untuk selalu menghormati orang lain.

Pada prinsipnya ketiga point tersebut menyatakan bahwa suatu prinsip moralitas dapat diberlakukan, dilaksanakan jika semua orang dalam kelompok tertentu tersebut bisa memahami, menyetujui dan bersedia melaksanakannya sebagai sebuah aturan.

PRINSIP KEADILAN

Semua persoalan sejenis seharusnya diperlakukan sama, jika terjadi ketidaksetaraan, maka perbedaan dapat diperlakukan sesuai dengan kadar tinggi rendahnya penyimpangan yang terjadi. Tujuan pelaksanaan keadilan antara lain:

1. Distribusi keuntungan dan beban.
2. Menghukum para pelanggar hukum.
3. Kompensasi bagi penderita karena kerugian atau kerusakan.

PRINSIP ENLIGHTENED EGOISM

Beberapa prinsip enlightened egoism:

1. Secara etika anggapan *normative enlightened self-interest* menyatakan seseorang cenderung bertindak untuk kepentingannya, berpikiran terbuka serta menghormati kepentingan orang lain.
2. Pertimbangan pemecahan masalah bisnis difokuskan pada kepentingan stakeholder.

3. Penyelesaian masalah harus dipecahkan dengan prinsip *win win solution*.
4. Perilaku moral bisnis yang disepakati secara mayoritas harus dijadikan sebagai peraturan yang berlaku.
5. Pertimbangkan secara terpisah disaat memutuskan hak-hak minimum stakeholder eksternal:
 - a. Bertindak seperti diri sendiri secara internal sekaligus secara bersamaan mampu bertindak dan mempertimbangkan diri sebagai pihak eksternal.
 - b. Pertimbangkan kepentingan eksternal, kumpulkan fakta sebagai petunjuk, tentukan keuntungan dan bahaya yang akan terjadi pada stakeholder eksternal dimasa sekarang dan yang akan datang secara dapat diduga atau tidak.
6. Pertimbangkan dengan matang pengaruh langsung semua perilaku bisnis termasuk dampaknya sebagai aturan moral.
7. Untuk dikategorikan sebagai etis, maka hasil bisnis dan konsekwensi moral perilaku bisnis berjalan seimbang dengan pelaksanaan peraturan bisnis.
8. Agar termasuk dalam kategori etis maka perumusan peraturan bisnis harus tidak merugikan stakeholder.
9. Sebagai moralitas pebisnis terbuka dan kompetitif lakukankah beberapa hal:
 - a. Bina hubungan lebih ramah, perkuat, manfaatkan metode untuk menghargai negosiasi rasional;

- b. Ancaman dalam pembahasan perlu ditampilkan;
- c. Paksa, gertak, melarikan diri atau bertengkarlah, tetapi lakukanlah ini selagi mempertahankan gagasan yang jelas, rasional tentang kepentingan dan manfaatnya bagi stakeholder; yakinkan bahwa kerjasama terbukti merupakan taktik terbaik dalam hubungan perusahaan-pemasok-konsumen.

Hubungan Bisnis dengan Pemerintah

Hubungan kalangan bisnis dengan pihak pemerintah

merupakan suatu topik yang selalu diperbincangkan oleh berbagai kalangan masyarakat. Dalam lingkungan birokrasi pemerintahan topik ini dibicarakan antara lain karena aparatur pemerintah, disamping mengemban misi pengaturan dalam semua segi kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara juga merupakan pengguna atau pemakai terbesar dari berbagai produk yang dihasilkan oleh berbagai perusahaan yang terdapat di masyarakat.

Demikian pentingnya pemahaman yang tepat tentang hubungan bisnis dengan seluruh aparatur pemerintah, sehingga analisis yang menyangkut topik ini perlu mencakup berbagai hal seperti: pandangan sekilas tentang pemerintahan negara, interaksi bisnis dengan pemerintah dan berbagai isu yang menyertainya, serta hubungan saling

mempengaruhi antara keduanya dengan segala implikasi dan dampaknya yang semua bermuara pada langkah-langkah yang perlu ditempuh agar terpelihara hubungan yang serasi.

INTERAKSI DUNIA BISNIS DENGAN PEMERINTAH

Aparat pemerintah pada umumnya melaksanakan tiga peranan yaitu menyelenggarakan fungsi pengaturan, meningkatkan kesejahteraan rakyat, dan melayani masyarakat diberbagai bidang. Namun sering terlihat bahwa kenyataannya justru aparat pemerintah berbisnis dengan masyarakat diberbagai bidang dengan maksud, bentuk dan intensitas yang berbeda-beda, bukankah seharusnya melayani masyarakat?

Pertama. Interaksi, komunikasi sebagai konsekuensi kewenangan aparatur pemerintah mengatur kehidupan bisnis. Salah satu bentuk kewenangan mengatur dunia bisnis yang dimiliki oleh pemerintah tercermin dalam menentukan perizinan bisnis.

Kedua. Interaksi antara pemerintah dengan dunia bisnis juga terjadi karena pemerintah merupakan pembeli terbesar berbagai produk yang dihasilkan dunia usaha di samping sebagai pemakai terbesar dari jasa-jasa dunia usaha.

Ketiga. Aparatur pemerintah sesungguhnya juga berperan sebagai promotor dunia bisnis, didalam negeri,

regional, dan global. Untuk kepentingan dalam negeri, pemerintah menjadi promotor dengan membeli dan menggunakan produk sendiri, mendorong masyarakat mencintai produk dalam negeri.

Keempat. Pemerintah memberi subsidi. Meskipun di dunia internasional makin kuat menuntut pemerintah tidak memberikan subsidi kepada industri dalam negeri, namun karena menyangkut nasib kehidupan masyarakat banyak dan kepentingan nasional maka pemerintah memutuskan untuk memberikan subsidinya.

Kelima. Pemerintah atas nama masyarakat menguasai kekayaan negara. Tanah milik negara, hutan milik negara, kekayaan yang ada di laut milik negara, dan sebagainya.

Keenam. Mayoritas Negara didunia menganut paham negara kesejahteraan. Pemerintah melalui berbagai kebijakannya menjadi penanggung jawab utama meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga pemerintah menempuh kebijakan yang memungkinkan tercapainya pertumbuhan ekonomi yang memadai.

Ketujuh. Pemerintah sebagai sumber pendanaan bisnis. Salah satu bidang pengaturan oleh pemerintah ialah bidang keuangan dan moneter. Pengaturan jumlah uang beredar, pengaturan lalu lintas valuta asing, dan berbagai bentuk pengaturan lainnya.

Kedelapan. Pemerintah sebagai pelindung masyarakat. tugas pemerintah memberi rasa aman kepada seluruh

masyarakat terhadap berbagai bentuk gangguan, tekanan dan ancaman dari berbagai pihak.

Kesembilan. Keterlibatan pemerintah dalam bisnis terlihat pada kepemilikan badan usaha milik negara. Dengan maksud memberikan kontrol pada pelaksanaan bisnis. Beberapa jenis kegiatan bisnis yang dikuasai Negara antara lain:

- # Bidang bisnis yang menguasai hajat hidup masyarakat banyak operasionalisasinya harus mengarah pada upaya peningkatan taraf hidup masyarakat.
- # Bidang bisnis berorientasi pelayanan publik, bukan mencari keuntungan semata.
- # Bidang bisnis yang sudah dimasuki oleh kalangan swasta karena berorientasi profit maka menjadi salah satu sumber penerimaan keuangan bagi pemerintah.

Kesepuluh. Dalam negara demokrasi, pemerintah menentukan alokasi dana dan upaya milik negara beserta pemanfaatannya. Pemerintah menjalankan fungsi pengawasan terhadap dunia bisnis agar kelompok bisnis swasta tidak hanya mengutamakan pencapaian profit sebesar-besarnya, namun juga melaksanakan kewajiban sosial berperan serta meningkatkan mutu hidup masyarakat.

HUBUNGAN PEMERINTAH DAN DUNIA BISNIS

Dianggap etis apabila penerapan norma moral dan etika dalam kepentingan bisnis berhubungan timbal balik saling mempengaruhi antara pemerintah dan dunia bisnis.

Pengaruh Pemerintah pada Bisnis

Pemerintah melakukan regulasi berbagai kebijakan, keputusan dan arahan berdasarkan peraturan perundang-undangan mengatur, mempengaruhi jalannya operasionalisasi bisnis untuk mencapai kepentingan Negara dan masyarakat agar mutu hidup seluruh warga masyarakat bisa baik dan meningkat. Semua tindakan pemerintah, harus mencerminkan kepentingan masyarakat luas, bukan kepentingan pemerintah sendiri atau pribadi.

Pendekatan Persuasif sering dilakukan pemerintah mengajak pebisnis melakukan atau menahan diri dalam bisnisnya agar tidak merugikan masyarakat banyak, seperti, dalam rangka melindungi industri dalam negeri, pemerintah menganjurkan pebisnis tidak menaikkan harga produk sehingga daya saing perusahaan di dalam negeri terhadap produk impor semakin kompetitif.

Penentuan Standar. Pendekatan ini sesungguhnya merupakan kelanjutan dari pendekatan persuasif, karena biasanya juga menyangkut standar harga tertentu dan mempertahankan tingkat upah serta gaji yang sedang berlaku.

Tekanan atau Paksaan. Pemerintah kadangkala bersikap menekan, memaksa pebisnis mengambil atau tidak melakukan tindakan bisnis tertentu. Tindakan tersebut sering dilakukan khususnya bila pebisnis menaikkan harga jual produk sementara pemerintah telah menganjurkan

supaya kenaikan harga ditunda sementara sampai kondisi perekonomian nasional memungkinkan.

Menghilangkan hak pebisnis memperoleh subsidi atau sebagai pemasok. Bila pebisnis tidak mengikuti keinginan pemerintah dalam aspek pengelolaan bisnisnya, seperti: keinginan pemerintah agar kaum wanita lebih banyak direkrut dan dipekerjakan, atau bujukan pemerintah agar dunia usaha menanamkan modalnya di daerah-daerah terbekalang. Bisa saja pemerintah bertindak mengurangi kesempatan pebisnis untuk memperoleh subsidi atau sebagai pemasok pada lembaga lembaga pemerintah.

Fasilitas di bidang perpajakan. Bidang perpajakan sering dipakai pemerintah untuk mengarahkan perilaku pebisnis agar lebih mengikuti keinginan pemerintah. Biasanya insentif diberikan kepada pebisnis yang mematuhi pemerintah berbentuk antara lain: Perusahaan padat karya diberi kesempatan melakukan kredit pajak. Perusahaan eksportir diberikan penundaan pembayaran pajak atas penerimaan produk ekspor karena meningkatkan penerimaan devisa Negara, mengurangi defisit transaksi berjalan.

Kemudahan dibidang Pekreditan. Kepada pengusaha sektor industri tidak banyak diminati karena dipandang tidak menguntungkan dan tidak berprospek cerah diberikan kredit langsung berbunga rendah, persyaratan ringan. Cara cara tersebut digunakan pemerintah untuk mengarahkan dan mempengaruhi perilaku pengusaha.

Pelaksanaan Fungsi Pengaturan dan kontrol

Pengaturan perizinan, perlindungan konsumen terhadap produk mahal bermutu rendah, lingkungan bebas polusi, pelestarian sumber daya alam, pencegahan produk membahayakan konsumen seperti obat dan keselamatan kerja.

Pelaksanaan pengaturan sangat memaksakan secara horisontal, vertikal, berbagai masalah koordinasi dan pengawasan mungkin timbul sebagai akibat pelaksanaan upaya untuk menjamin ketaatan pebisnis. Reaksi balik pebisnis terhadap upaya tersebut pemerintah sering depersepsikan sebagai memasuki terlalu jauh kedalam wilayah bisnis.

Kewenangan vertikal. Kewenangan vertikal yang dimaksud adalah persoalan koordinasi antara Instansi. Harus ada satuan kerja secara fungsional bertanggung jawab terhadap bidang kegiatan pemerintahan dan dijadikan acuan penyelenggaraan fungsi masing-masing untuk melakukan koordinasi.

Fungsi Pengawasan. Perlu diadakan pengawasan pemerintah pada praktek ketaatan pebisnis melaksanakan peraturan perundang-undangan dan keputusan pemerintah. Sudah sesuaikah izin usaha perusahaan dengan operasinya. Pengawasan terhadap kepentingan karyawan seperti upah, gaji, jam istirahat, lembur, cuti, kesehatan, keselamatan kerja, jaminan sosial.

Pengaruh Kelompok Bisnis terhadap Pemerintah

Dalam upaya pemerintah mencapai tujuan nasional kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara sejahtera dunia bisnis secara etis harus terlibat berpartisipasi memperbaiki performa perekonomian negara. Berbagai bentuk partisipasi bisnis dalam proses politik negara yang baik:

- Mendorong anggota perusahaan menggunakan hak pilih masing-masing dalam pemilihan umum tanpa mempengaruhi agar memilih calon tertentu.
- Menyatakan pendirian perusahaan berhubungan dengan kepentingan nasional di bidang ekonomi.
- Mendorong anggota perusahaan mengikuti pendidikan politik sehingga dapat melaksanakan kewajiban politiknya selaku warga negara yang bertanggung jawab.
- Menyebarkan informasi tentang proses politik di negara di mana mereka menjadi warga, informasi tentang jumlah anggota lembaga legislatif, orientasi berbagai partai politik, pola pembagian kekuasaan antar lembaga eksekutif, lembaga legislatif, dan lembaga yudikatif.

Hubungan Bisnis dengan Masyarakat

Bahwa dunia usaha selalu aktif melakukan interaksi yang sehat dengan lingkungannya karena menyadari bahwa interaksi yang sehat itu sangat diperlukan bukan hanya demi terciptanya citra positif organisasi di mata masyarakat – suatu hal yang mutlak diperlukan oleh perusahaan agar memperoleh kepercayaan dari masyarakat – akan tetapi juga karena setiap badan usaha memang mempunyai kewajiban sosial yang harus ditunaikannya.

PENYESUAIAN DIRI PERUSAHAAN

Model hubungan interaksi pebisnis dengan pemerintah selalu berubah sejalan dengan perkembangan kondisi. Seyogyanya pebisnis menyesuaikan diri dengan cepat dalam hubungan interaksi antara dunia bisnis, pemerintah, organisasi nirlaba dan masyarakat.

Para pebisnis modern dianggap menghargai norma-norma moral dan etika dalam mengoperasikan bisnisnya semula berdasarkan filosofi profit motif mengubahnya menjadi selain memperoleh profit disaat bersamaan bertindak sosial motif sebagai cermin tanggung jawab sosial perusahaan dan telah perikatan kontrak dengan masyarakat untuk memberikan kesejahteraan masyarakat. Tindakan etis memberikan manfaat bersama tersebut mencerminkan tanggung jawab dan kewajiban sosial bisnis kepada masyarakat.

Masyarakat secara etis memberikan kesempatan kepada pebisnis menjalankan aktifitas bisnis yang dilandasi prinsip moral menggunakan kesempatan memperoleh keuntungan bisnis namun tetap menghormati kepentingan masyarakat.

KEPUTUSAN MANAJERIAL BERETIKA

Masyarakat dan Pemerintah selalu bereaksi disaat pebisnis berusaha mendirikan sebuah perusahaan atau memindahkan bisnisnya diwilayah tertentu. Fenomena tersebut merupakan tugas manajer untuk melakukan pengkajian tindakan bisnis etis sehingga memberikan kenyamanan kepada masyarakat dan Pemerintah setempat memberikan jaminan bahwa bisnis yang akan dioperasikan tetap berada dalam koridor etika bisnis. Mendirikan atau memindahkan lokasi bisnis seelalu didasari pertimbangan mengoptimumkan penggunaan dana, usaha, sarana dan

prasarana, namun perlu dipertimbangkan juga pertimbangan sosial selain pertimbangan profit.

Pebisnis berusaha mengurangi resiko usaha dengan cara: Pertama, mengajak karyawan ikut pindah ke lokasi bisnis yang baru. Kedua, membantu karyawan yang tidak bersedia pindah memperoleh pekerjaan di perusahaan lain di wilayah yang sama. Ketiga, pebisnis menyerahkan perusahaan pada Pemerintah setempat agar bisa dioperasikan Pemerintah dilokasi sama dengan mempekerjakan karyawan lama. Keempat, menjual pabrik kepada masyarakat setempat agar perekonomian daerah tersebut tetap stabil. Kelima, memberikan kompensasi pada karyawan yang kehilangan pekerjaannya dalam periode tertentu, sementara mereka dapat hidup nyaman sambil mencari pekerjaan baru. Cara cara win win solution kepada masyarakat sekitar perusahaan tersebut dinilai bermoral dan bisa menghindarkan keresahan ekonomi.

Manusia harus diperlakukan kelompok bisnis secara moral sesuai dengan harkat dan martabatnya. Karyawan harus diperlakukan sebagai subyek bisnis bukan obyek atau alat produksi semata. Hubungan antara karyawan dan pebisnis adalah timbal balik secara manusiawi, pebisnis memerlukan karyawan sebagai partner kerja untuk meraih keuntungan, sementara karyawan memerlukan kesempatan pekerjaan untuk memelihara kehidupan perekonomian rumah tangga mereka, sehingga terjadi keseimbangan timbal balik antara karyawan dan pebisnis.

Keseimbangan antara hak dan kewajiban mungkin terjadi apabila pebisnis melakukan kewajiban seperti:

- Memperlakukan karyawan secara manusiawi dalam pekerjaannya sebagai cermin menghargai harkat dan martabat manusia.
- Memberi keadilan imbalan, sebanding dengan imbalan yang diberikan perusahaan lain sejenis.
- Penempatan karyawan di jabatan, tugas sesuai dengan pengetahuan, keterampilan, pengalaman, bakat, minat dan kemampuan.
- Penilaian prestasi berdasarkan kriteria objektif dan rasional.
- Mengembangkan pengetahuan, keterampilan karyawan melalui program pendidikan dan pelatihan.
- Membantu karyawan merencanakan dan mengembangkan karier.
- Memotivasi kerja karyawan melalui otonomi, pemberdayaan, dan partisipasi dalam proses pengambilan keputusan mengenai pekerjaan.
- Menghasilkan produk berguna bagi masyarakat dan konsumen.
- Mengambil tindakan nyata mengurangi pencemaran lingkungan.
- Perduli pada kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan untuk meningkatkan mutu hidup.

Alasan penolakan tanggung jawab sosial perusahaan, jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial maka

biaya usaha semakin tinggi, harga jual produk semakin tinggi dan perusahaan tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang tidak mengakui tanggung jawab sosial.

Kebijakan Sosial Perusahaan

Kebijakan sosial perusahaan meliputi beberapa unsur pokok antara lain:

- Batasan pengertian tentang tanggung jawab sosial yang digunakan.
- Identifikasi ruang lingkup tanggung jawab sosial.
- Penentuan Filosofi bisnis, Visi, Misi dan strategi yang dipakai.

Tanggung Jawab Sosial Bisnis

Pebisnis berkewajiban menciptakan kondisi ketertiban kesejahteraan masyarakat dibidang ekonomi, politik, sosial, budaya, legal, etikal, lingkungan, teknologi selain memperoleh keuntungan usaha.

Perhatian Sosial

Manajemen bisnis memusatkan perhatian pada masalah sosial yang dapat timbul disaat perusahaan beroperasi seperti: Proses demokrasi dalam proses kehidupan berbangsa dan bernegara, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, peningkatan pendidikan masyarakat, kemajuan ekonomi masyarakat peningkatan daya beli, angka pengangguran, persoalan ketenaga kerjaan, mobilitas sosial vertikal, horizontal, globalisasi ekonomi dan sebagainya.

Filosofi Sosial Pebisnis

Pebisnis harus tanggap terhadap permasalahan sosial yang ada di masyarakat, dasar filosofi pebisnis berpartisipasi bertanggung jawab sosial tercermin dalam strategy bisnis, tindakan operasional yang dilaksanakan perusahaan manajemen menentukan beberapa hal, seperti:

- Identifikasi kemampuan perusahaan memecahkan permasalahan sosial.
- Rancangan tata cara dan pengaturan penyelesaian masalah sosial.
- Acuan perilaku anggota perusahaan kepada lingkungannya.

Hubungan Perusahaan dengan Karyawannya

Berbagai hak, kewajiban perusahaan dan karyawan secara moral dan etika harus dijamin pelaksanaannya. Hubungan antara seseorang dengan organisasi bisnis bersifat saling memberi kebutuhan dan kepentingan kedua pihak secara seimbang, saling menyejahterakan dalam jangka panjang.

PENGERTIAN ORGANISASI

Organisasi terdiri dari kelompok orang secara sadar membuat perikatan formal bersistem hubungan atasan, bawahan bertujuan bekerja sama mencapai tujuan kesejahteraan ekonomi timbal balik bersama sama. Unsur organisasi antara lain:

- # Sekelompok manusia.
- # Perikatan formal, sadar, sukarela.
- # Terdapat hierarki kewenangan sederhana dan kompleks tergantung ukuran organisasi.
- # Organisasi dibentuk sebagai alat pencapaian tujuan.
- # Kegiatan pencapaian tujuan dilaksanakan secara kerja sama.

Organisasi merupakan sebuah satuan kerja struktural yang memiliki karakter antara lain:

1. Organisasi memiliki struktur bertingkat kewenangan berbeda.
2. Tingkat kewenangan dalam organisasi ditujukan untuk membedakan wewenang dan tanggung jawab jabatan dalam organisasi sehingga terhindar tumpang tindih kewenangan dan bisa mempermudah koordinasi pelaksanaan pekerjaan dan ketercapaian efisiensi, efektivitas, dan produktivitas maksimal.
3. Organisasi membagi tugas dan wewenang dengan jelas. Satuan kerja diciptakan untuk melaksanakan tugas yang berbeda tingkatannya, namun meskipun berbeda tugas tetap dilaksanakan secara bersinergy.
4. Organisasi memiliki sistem. Meskipun terbagi dalam banyak bagian didalam struktur organisasi, namun cara pelaksanaan tugasnya tetap bersinergy dan pelaksanaan sistem maupun subsistem dilakukan untuk kepentingan bersama.

5. Organisasi bekerja secara tersistem, kontinyu, dan bertanggung jawab.
6. Organisasi bersistem terbuka. Disuatu saat organisasi dimungkinkan untuk dilakukan perubahan sruktur dan system untuk mengantisipasi perubahan zaman secara internal dan eksternal.
7. Organisasi merupakan kelompok manusia. Organisasi harus bersifat manusiawi, tolong menolong, saling hormat, sopan santun, bekerjasama, berkembang secara ilmiah, logis dan moral.

KONTRAK KARYAWAN

Karyawan melakukan perikatan kontrak dengan perusahaan sebagai pengguna tenaga kerja, secara etis keduanya saling berjanji untuk saling menguntungkan menyejahterakan. Dalam hal ini karyawan:

- # Menerima kewenangan formal organisasi.
- # Memikul tanggung jawab.
- # Menerima penempatan kerja dalam perusahaan.
- # Mengaplikasi pengetahuan, keterampilan, kemampuan, tenaga dan waktu agar perusahaan dapat mencapai tujuan.
- # Memberikan loyalitas, komitmen pada organsiasi.
- # Berperilaku profesional.

Hak hak karyawan harus dipenuhi oleh perusahaan, karyawan diberikan:

- # Pengakuan harkat dan martabat sebagai manusia.

- # Keadilan sistem imbalan, setara dengan perusahaan lain sejenis.
- # Promosi, motivasi pemberian tugas.
- # Kesempatan partisipasi pengambilan keputusan tugas pekerjaannya.
- # Supervisi profesional.
- # Keamanan, kesehatan lingkungan kerja.
- # Peningkatan mutu hidup karyawan.
- # Penyediaan pendidikan dan pelatihan.

HAK PERUSAHAAN MERUPAKAN KEWAJIBAN KARYAWAN

Secara etis perusahaan selain memiliki kewajiban terhadap karyawan, konsumen dan masyarakat juga memiliki hak dimiliki oleh pendiri, investor dan pemilik saham, manajemen antara lain:

- # Perolehan keuntungan.
- # Penentuan filosofi bisnis.
- # Perumusan kultur organisasi.
- # Keputusan kualifikasi manajerial.
- # Keputusan jenis produk dan jasa.
- # Penentuan strategi bisnis.
- # Pemilihan wilayah operasi perusahaan.
- # Keputusan struktur organisasi.
- # Keputusan padat karya dan padat teknologi.
- # Keputusan sistem imbalan.

KEWAJIBAN PERUSAHAAN MERUPAKAN HAK KARYAWAN

Perusahaan, memperoleh haknya sejalan dan seimbang dengan upaya pemberian kewajiban oleh karyawan pada perusahaan. Karyawan termotivasi untuk lebih produktif karena menerima haknya secara etis adil. Semua proses manajemen menyeimbangkan pemberian hak dan kewajiban perusahaan dan karyawan dijalankan sesuai Filosofi, Visi, Misi perusahaan.

Pelaksanaan kewajiban perusahaan pada karyawan dilaksanakan dibidang: rekrutmen, seleksi, orientasi, penempatan, penilaian kinerja, pelatihan, perencanaan, pengembangan karier, sistem imbalan, disiplin dan sanksi, hubungan harmonis, pemutusan hubungan kerja dan pensiun.

Keadilan Bisnis

Ketaatan hukum, khususnya hukum bisnis, pada akhirnya berkaitan juga dengan apa yang akan kita bahas sebagai keadilan legal: yaitu perlakuan yang sama terhadap semua orang sesuai dengan hukum yang berlaku. Itu berarti semua orang harus dilindungi dan tunduk pada hukum yang ada secara tidak pandang bulu. Demikian pula, penghargaan atas sebagai keadilan komutatif.

PRINSIP TRADISIONAL KEADILAN

Keadilan Legal

Keadilan legal berkenaan dengan hubungan individu, kelompok masyarakat dengan negara. Semua orang, kelompok masyarakat diperlakukan sama oleh negara berdasarkan hukum yang berlaku. Semua pihak terjamin mendapat perlakuan sama sesuai hukum berlaku.

Keadilan Komutatif

Keadilan ini mengatur hubungan adil antara orang satu dengan yang lain. Keadilan legal mengenai hubungan vertikal antara negara dan warga negara, keadilan komutatif

mengenai hubungan horizontal antara warga satu dan warga yang lain.

Keadilan Distributif

Prinsip dasar distributif, atau keadilan ekonomis, adalah distribusi ekonomi merata yang dianggap adil bagi semua warga negara.

Keadilan Individual dan Struktural

Keadilan individual dapat dirasakan oleh seorang individu, sejauhmana seseorang menerima keadilan yang menjadi miliknya. Demikian pula perusahaan secara struktural berhubungan dengan para individu didalam organisasi perusahaan dianggap menerima keadilan bila manajer dan karyawan serta stakeholder mampu memberikan keadilan kepada perusahaan sesuai dengan peranannya dimata masyarakat.

Teori Keadilan Adam Smith

Teori keadilan komutatif menurut Adam Smith. Keadilan menurut teori ini mengenai kesetaraan, keseimbangan, keharmonisan hubungan antara satu orang dengan orang lain.

Ada tiga pokok keadilan komutatif.

- a. Prinsip No Harm
- b. Prinsip Non Intervention
- c. Prinsip Keadilan Tukar menukar

Monopoli dan Kebijakan Pemerintah

MONOPOLI

Monopoli adalah suatu situasi dalam pasar dimana hanya ada satu perusahaan penjual produk yang tidak terdapat barang substitusinya dan entry perusahaan lain dipasar dibatasi.

OLIGOPOLI

Oligopoli adalah kolusi antara pengusaha dan pengusaha. Hanya terdapat beberapa penjual produk dan jasa dipasar. Entry perusahaan lain ke pasar terbatas.

SUAP

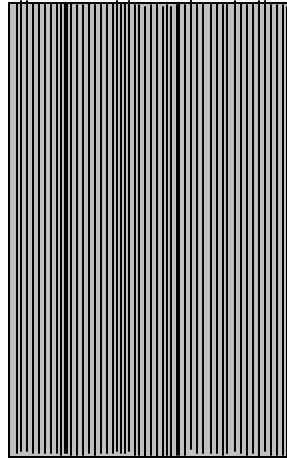
Suap salah satu praktek bisnis membentuk monopoli dan merusak pasar. Suap membentuk monopoli karena dengan suap akan mencegah perusahaan lain masuk pasar bersaing secara fair. Dengan melakukan suap, perusahaan

penyuap mendapat hak istimewa melakukan bisnis yang tidak bisa di masuki oleh perusahaan lain.

UNDANG UNDANG ANTI MONOPOLI

Sesuai dengan moralitas monopoli, oligopoli, suap harus ditentang, dikendalikan, praktek tersebut merugikan orang banyak.

Undang-undang anti-monopoli adalah upaya untuk membuka pasar untuk kepentingan masyarakat banyak meningkatkan kesejahteraan melalui pasar bebas.



BAB 6

MASALAH ETIS TERHADAP KONSUMEN

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung Jawab Perusahaan Kepada Konsumen

Masalah Etis Terhadap Konsumen

Periklanan dan Etika

Bisnis, Lingkungan Hidup, dan Etika

Kebijakan Membina Ketrampilan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Bisnis dan Perlindungan Konsumen

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu topik etika bisnis yang banyak dibicarakan dan berat untuk dilaksanakan. Topik ini sekaligus menarik, karena menimbulkan perdebatan yang seru pada tingkat filosofis-teoretis.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap upaya perusahaan menyeimbangkan komitmennya kepada kesejahteraan kelompok, kesejahteraan individu dalam lingkungan bisnisnya termasuk didalamnya bertanggung jawab kepada konsumen, bertanggung jawab kepada mereka yang tergolong bukan konsumen, bertanggung jawab kepada organisasi bisnis lain, bertanggung jawab kepada karyawan dan bertanggung jawab kepada para investornya.

Perusahaan menghasilkan produk berupa barang atau jasa pemuas kebutuhan konsumen, dalam aktifitasnya perusahaan harus menyadari interaksi dan hubungannya dengan kelompok internal maupun eksternal perusahaan. Karena organisasi perusahaan bisnis tanpa kehadiran masyarakat juga kecil kemungkinannya memperoleh manfaat bisnis, maka dewasa ini berkembang kondisi atau pendapat kebanyakan masyarakat luas yang menginginkan perusahaan mampu pula meningkatkan peranan sosialnya terhadap masyarakat sebagai perwujudan perilaku etis perusahaan.

Secara moralitas, performa perusahaan harus memperhitungkan biaya sosial yang dipikul oleh masyarakat, namun biasanya biaya tersebut tidak termasuk dalam hitungan biaya produksi perusahaan sehingga masyarakat dirugikan karena harus menanggung biaya kerusakan lingkungan dalam rangka aktifitas bisnis mencapai tujuan perusahaan memperoleh keuntungan. Seharusnya biaya kerusakan lingkungan atau biaya sosial dimasukkan kedalam komponen biaya produksi perusahaan dan dapat diperhitungkan dalam proses penentuan harga barang produksi atau jasa yang diproses oleh organisasi, sehingga proses perhitungan tersebut menguntungkan bagi perusahaan maupun masyarakat sekitar pabrik.

Untuk mengantisipasi kerusakan lingkungan dan sosial semakin parah, maka perusahaan harus secara moral memasukkan biaya sosial dalam perhitungan biaya produksi

dan bukan hanya bersifat sukarela, karena tidak etis bila pebisnis berpesta sementara usai pesta masyarakat sekitar yang mencuci piring namun tidak menikmati pesta. Peranan Pemerintah dan masyarakat serta organisasi sosial lainnya untuk menertibkan persoalan ini harus nyata.

Pemerintah telah mengatur secara hukum bidang ketenagakerjaan agar perusahaan melaksanakan: Pembayaran upah minimum, pembayaran hak cuti karyawan, pembayaran upah lembur, tidak mempekerjakan anak-anak di bawah umur, penempatan tenaga kerja wanita di bidang pekerjaan yang sesuai dengan kodratnya sebagai wanita, tidak melakukan pemutusan hubungan kerja semena mena, penilaian prestasi karyawan berdasarkan standar rasional dan diterapkan secara obyektif, hindari praktek manajemen sumber daya manusia diskriminatif khususnya saat melakukan promosi karyawan, penempatan karyawan berdasarkan penilaian prestasi kerja dan proyeksi kemampuan kerja masa depan, memberi kesempatan memperoleh pendidikan lebih tinggi, memberi kesehatan kondisi kerja dan menjamin kesehatan, keselamatan kerja, jaminan hari tua yang menjamin karyawan usia pensiun dapat hidup berkecukupan.

Para pebisnis telah mempekerjakan para manajer yang mempunyai berbagai kualifikasi tertentu mengenai keilmuan, keterampilan manajerial dan pengetahuan tentang:

- Berbagai kebijakan nasional di bidang ekonomi, kehidupan kemasyarakatan, politik, hukum dan pendidikan.
- Perkembangan sektor industri sehubungan dengan usaha perusahaan.
- Peraturan perundang-undangan sehubungan dengan usaha perusahaan.
- Falsafah pemilik perusahaan, visi misi perusahaan. Kultur organisasi tuntunan berperilaku dalam organisasi.
- Sistem nilai dalam perusahaan.

TANGGUNG JAWAB MORAL

Tanggung jawab moral hanya bisa dituntut dari seseorang kalau ia bertindak melakukan sesuatu tindakan bisnis, menyadari konsekuensinya secara sadar.

Kebebasan berprestasi di pasar bebas menjadi etis dan bermoral bila diikuti dengan tanggung jawab, dalam berinteraksi bisnis dengan masyarakat tanggung jawab adalah merupakan hal utama yang harus diwujudkan. Pebisnis bermoral dan bertanggung jawab adalah pebisnis yang melaksanakan semua rencana bisnisnya sesuai dengan janjinya kepada dirinya sendiri dan kepada stakeholder untuk berbisnis, memberikan kesejahteraan, kemanfaatan kepada stakeholder nya.

Status Perusahaan

Perusahaan berbadan hukum, dibentuk berdasarkan hukum, disahkan secara hukum. Operasinya dijamin sah menurut hukum.

Lingkup Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan bertanggung jawab sosial menunjukkan kepedulian terhadap kepentingan hak-hak orang dan lembaga lain selain kepentingan perusahaan sendiri secara moral dianggap baik, perusahaan mengejar keuntungan juga memperhatikan kepentingan masyarakat banyak.

Argumen Menentang Keterlibatan Sosial Perusahaan

Tujuan bisnis sebenarnya memperoleh keuntungan sebesar besarnya, namun jika dibarengi dengan kewajiban bertanggung jawab sosial menyejahterakan masyarakat maka kondisi tersebut juga tidak bertentangan dengan tujuan bisnis yang bercita-cita memberikan kesejahteraan kepada stakeholder.

Biaya keterlibatan sosial merupakan wujud dari tanggung jawab sosial perusahaan yang memberatkan masyarakat, biaya keterlibatan sosial perusahaan sebenarnya dibayar oleh masyarakat karena perusahaan memperhitungkan biaya tersebut dalam perhitungan harga pokok produksi sampai terbentuk harga pokok produksi lebih mahal yang digunakan untuk menanggulangi persoalan yang mungkin timbul sejalan dengan keterlibatan sosial perusahaan.

Perusahaan tidak memiliki tenaga terampil dibidang kegiatan sosial, bila diperoleh kondisi tersebut akan menambah *cost of production* perusahaan.

Para pebisnis enggan mempertimbangkan berbagai aktifitas bisnis bernilai lebih, bernuansa moral, dan sosial. Profesional bisnis tidak cakap melaksanakan kegiatan semacam itu. Secara materil tuntutan agar perusahaan berpartisipasi dalam kegiatan sosial demi kemajuan masyarakat dipandang oleh pebisnis tidak menguntungkan.

Argumen Mendukung Keterlibatan Sosial Perusahaan

- Kebutuhan dan harapan masyarakat semakin maju
- Keterbatasan sumber daya alam
- Lingkungan Sosial lebih baik
- Tanggung jawab dan kekuasaan
- Bisnis mempunyai sumber daya berguna
- Keuntungan jangka panjang

TANGGUNG JAWAB EKONOMIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Prinsip tanggung jawab ekonomis perusahaan adalah modal yang ditanamkan harus mampu memberikan prestasi kembali dalam jangka waktu wajar (*return on investment*), diperoleh bersamaan dengan laba.

Kegiatan bisnis perusahaan dilakukan bertujuan sosial tidak semata mata mengharapkan keuntungan dan kerugian ekonomis. Kegiatan bisnis menyejahterakan masyarakat adalah merupakan sebagian tanggung jawab sosial

perusahaan terhadap masyarakat selain tanggung jawab ekonomis bisnis. Jadi selain memperoleh keuntungan dalam bisnis, juga tidak merugikan stakeholder didalam praktek kegiatan bisnisnya.

PRESTASI SOSIAL PERUSAHAAN

Sejarah industri mencatat nama pengusaha sukses bernama harum karena kesuksesan bisnis dan dermawan sosial. Andrew Carnegie (1835-1919) raja besi dan baja Amerika abad ke-19, John Rockefeller (1839-1937), raja minyak Amerika Serikat, dan putranya John Rockefeller Jr. (1874-1960), Henry ford (1863-1974), pengusaha produsen mobil secara massal bertindak sebagai pebisnis besar sekaligus dermawan kepada masyarakat dan kepada karyawan perusahaan mereka sendiri.

Milton Friedman menyatakan bahwa manajer tidak dibenarkan melakukan amal dengan kekayaan yang bukan miliknya. Manajer bisnis menyalurkan sebagian dari laba perusahaan kepada badan amal yayasan independen. Biasanya aktifitas demikian dilakukan oleh perusahaan go publik, biasanya rapat umum pemegang saham sudah menyetujui sebagian laba tahunan disisihkan untuk amal melalui sebuah yayasan tertentu. Pimpinan perusahaan tidak dapat turut campur dalam urusan internal yayasan independen yang melaksanakan amal tersebut, dengan demikian bantuan lebih bernilai ketulusan secara moral

daripada sekedar kepentingan perusahaan mencari popularitas.

Di dunia Barat praktek *corporate social performance* aktifitas sosial perusahaan sudah menjadi bagian kehidupan. Secara moral sebaiknya perusahaan berprestasi ekonomis dan sosial. Sebenarnya secara etis orang kaya tempat meminta orang pandai tempat bertanya, sehingga pantas apabila pebisnis memberikan sebagian kekayaannya kepada masyarakat yang membutuhkan selain hanya berusaha memperoleh profit usahanya. Selain itu usaha menjaga hubungan baik melalui berbagai sarana komunikasi dengan masyarakat sekitar perusahaan juga cara bijak pebisnis berkomunikasi sosial, sehingga perusahaan perlu mengalokasikan dana khusus pembinaan masyarakat dengan berbagai bentuk program kegiatan.

Tanggung Jawab Perusahaan Kepada Konsumen

Semua bentuk bisnis dengan segala jenis kegiatan yang diselenggarakannya bertujuan menghasilkan produk dalam bentuk barang atau jasa. Oleh karena itu, manajemen profesional dan mempunyai tanggung jawab besar terhadap keberhasilan dan reputasi perusahaan yang dipimpinnya selalu berusaha bukan hanya untuk menumbuhkan dan memelihara kepercayaan pada konsumen yang sudah terbiasa menggunakan produknya, namun juga kepercayaan pengguna baru yang tadinya membeli dan menggunakan produk pesaing.

Dewasa ini, dengan makin kuatnya tuntutan agar perusahaan menyelenggarakan kegiatannya secara bertanggung jawab, berarti mendasarkan kegiatannya pada

norma-norma, modal dan etika, salah satu tanggung jawab perusahaan adalah meluncurkan produk tertentu sedemikian rupa sehingga kepentingan para konsumen terpelihara.

Dalam persoalan ini, persoalan penting dibahas mencakup:

- # Kebutuhan konsumen.
- # Informasi tentang produk.
- # Kualitas keamanan produk, mutu produk implikasinya terhadap norma-norma moral dan etika.

ETIKA HUBUNGAN PRODUSEN DENGAN KONSUMEN

Para filsuf yang mendalami teori etika mengembangkan berbagai konsep kehidupan manusia. Sebagian di antaranya dapat diterapkan dalam pemeliharaan hubungan perusahaan dengan konsumennya. Beberapa pemikiran yang relevan dengan hal tersebut adalah:

- # Hak asasi manusia
- # Teori egoisme
- # Teori utilitarianisme
- # Teori situasionalisme
- # Teori resiprositas
- # Teori kewajiban alamiah
- # Teori proporsionalitas

Hubungan produsen dan konsumen secara etis perlu dikembangkan. Produsen dan konsumen merupakan sesama manusia yang perlu saling menghormati, mengakui hak

azasi manusia masing masing. Sehingga keduanya bisa saling memberikan kesejahteraan kepada sesama.

Dalam transaksi bisnis antara perusahaan dan konsumen, kedua belah pihak harus menerapkan norma etika yang berlaku di lingkungan masyarakat di mana transaksi tersebut terjadi. Kebenaran, kejujuran dan keadilan penting untuk dilakukan.

TANGGUNG JAWAB BISNIS PADA KONSUMEN

Pebisnis harus mampu memelihara hubungan serasi dengan konsumennya, kepuasan konsumen bernilai utama secara etis. Semakin puas konsumen maka secara etis mereka akan semakin percaya kepada pebisnis dan produk yang dijualnya, selanjutnya mungkin konsumen akan selalu membeli kembali dilain waktu.

Biasanya untuk menarik konsumen secara etis pebisnis melakukan beberapa hal, yaitu:

- Produk sesuai kebutuhan konsumen.
- Informasi jujur dan faktual tentang produk dan jasa.
- Mutu produk.
- Keamanan produk.

Masalah Etis Terhadap Konsumen

Bahwa konsumen harus diperlakukan dengan baik secara moral, tidak saja merupakan tuntutan etis, melainkan juga syarat mutlak untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis. Sebagaimana halnya dengan banyak topik etika bisnis lainnya, di sini pun berlaku bahwa etika dalam praktek bisnis sejalan dengan kesuksesan berbisnis. Perhatian untuk etika dalam hubungan dengan konsumen, harus dianggap hakiki demi kepentingan bisnis itu sendiri.

PERHATIAN PADA KONSUMEN

Hak Keamanan

Konsumen berhak atas produk yang aman, produk tidak mempunyai kesalahan teknis atau kesalahan lainnya yang bisa merugikan kesehatan, membahayakan hidupnya.

Produk mengandung resiko: gergaji listrik, setrika listrik maka resiko harus diminimalisir sebaik baiknya.

Hak Informasi

Konsumen berhak mengetahui informasi relevan mengenai produk yang dibelinya, dari segi apa, kegunaan, bahan baku, cara pemakaian, dan resiko pemakaiannya.

Hak Memilih

Dalam sistem ekonomi pasar bebas, kompetisi adalah wajar konsumen dapat memilih produk yang ditawarkan. Kualitas dan harga produk berbeda. Konsumen berhak membandingkan sebelum mengambil keputusan membeli.

Hak Didengar

Konsumen adalah pengguna produk dan jasa, mempunyai hak didengar, diperhatikan keluhan dan keinginannya mengenai produk atau jasa.

Hak Lingkungan Hidup

Produk konsumsi dibuat berbahan baku sumber daya alam. Konsumen mempunyai hak untuk menyatakan pendapatnya bahwa produk harus dibuat menurut metode aman, sehingga tidak berakibat pencemaran lingkungan atau merusak lingkungan alam.

Hak Pendidikan Konsumen

Konsumen secara etis memiliki hak untuk diberi tahu semua haknya, konsumen boleh mengeritik, menyarankan sesuatu yang merupakan haknya. Konsumen harus dididik melalui sekolah, media massa. Masyarakat dibentuk menjadi konsumen kritis dan sadar haknya, Sehingga konsumen

dapat menyumbangkan kualitas kebaikan mutu kehidupan ekonomi dan mutu bisnis.

TANGGUNG JAWAB BISNIS TERHADAP KEAMANAN PRODUK

Teori Kontrak

Hubungan produsen dan konsumen merupakan kontrak, dan kewajiban produsen terhadap konsumen dilandasi kontrak tersebut. Jika konsumen membeli produk, seolah-olah konsumen membuat kontrak dengan perusahaan penjual. Perusahaan secara sadar berkontrak menyerahkan produk kepada pembeli dan pembayaran dilakukan sesuai jumlah kontrak yang disepakati.

Teori Perhatian Semestinya

Konsumen selalu dalam posisi lemah, produsen punya lebih banyak pengetahuan, pengalaman tentang produk bila dibandingkan konsumen. Kepentingan konsumen harus dinomorsatukan. Produsen lebih mengetahui kualitas teknis produk berkewajiban menjaga konsumen supaya tidak mengalami kerugian.

Teori Biaya Sosial

Secara etis produsen bertanggung jawab pada perencanaan design, proses produksi, kelemahan produk serta kerugian konsumen saat mengonsumsi produk meskipun produsen sudah memperingatkan konsumen mengenai resiko yang timbul dan sudah mengambil semua

tindakan seharusnya dilakukan bagi kepentingan konsumen. Semua biaya yang timbul sehubungan dengan peristiwa tersebut menjadi tanggung jawab produsen.

TANGGUNG JAWAB BISNIS LAINNYA TERHADAP KONSUMEN

Secara moralitas pebisnis memiliki beberapa kewajiban terhadap konsumen lainnya seperti:

Kualitas Produk

Konsumen berhak memperoleh produk berkualitas, konsumen membayar untuk memperoleh kualitas produk. Pebisnis wajib memberikan produk berkualitas kepada konsumen. Produk kadaluarsa adalah termasuk produk berkualitas rendah secara etis.

Harga

Harga produk merupakan total hasil perhitungan faktor produksi seperti biaya produksi, biaya investasi, promosi, pajak, laba. Harga yang sesuai untuk konsumen adalah harga pantas yang dihitung berdasarkan perkembangan terakhir harga faktor produksi di pasar.

Pengemasan dan Label

Secara etis pengemasan dan label memuat informasi tentang produk. Info lengkap harus dimuat secara moral ditujukan agar konsumen tidak terkecoh. Pada kemasan makanan dan obat-obatan diberi informasi tentang isi, berat produk, tanggal kadaluarsa. Informasi tersebut bertujuan

melindungi konsumen dan memberikan jaminan akan kualitas produk dan kemungkinan kemudahan menggunakan produk. Kemasan berfungsi juga untuk mempromosikan produk.

Periklanan dan Etika

FUNGSI PERIKLANAN

Iklan merupakan sarana komunikasi antara produsen dan pembeli. Iklan memberikan pesan kepada pembeli atau calon pembeli tentang karakteristik produk. Secara etis Informasi boleh membujuk namun memberikan informasi yang sebenarnya sehingga konsumen tidak terkecoh untuk membeli. Konsumen mempunyai hak untuk mengetahui kebenaran informasi yang dinyatakan dalam iklan sebelum membeli dan informasi yang lengkap dijadikan dasar untuk mengambil keputusan membeli atau tidak.

PERIKLANAN DAN KEBENARAN

Periklanan kebanyakan jarang bisa dipercaya. Ketidakbenaran informasi iklan merupakan kebohongan, penyesatan, dan penipuan merupakan perbuatan tidak etis.

Meskipun maksud iklan adalah promosi, namun dalam membujuk konsumen harus dikatakan segala sesuatu yang benar, jika terdapat unsur ketidakbenaran informasi dalam iklan, maka iklan tersebut tidak etis. Iklan adalah upaya komunikasi antara produsen dengan konsumen, semua komunikasi antara manusia dengan manusia, antara produsen dengan konsumen harus dilakukan secara etis, jika tidak maka iklan dinilai menyesatkan dan tidak etis.

Kebanyakan iklan bukan saja menyesatkan konsumen dengan memberi informasi tidak benar, menutup nutupi informasi, tidak mengatakan seluruh kebenaran, dan mendiamkan sesuatu yang sebenarnya penting untuk diketahui namun tidak dilakukan dorongan untuk mengetahui perihal yang sebenarnya.

PERIKLANAN MEMANIPULASI

Tindakan memanipulasi bertendensi moral rendah. Sebenarnya pebisnis bermaksud mempengaruhi alam pikiran dan perasaan para konsumen untuk memahami, menyukai produk yang ditawarkan pebisnis kepadanya. Iklan seharusnya menyatakan, menerangkan dengan sebenarnya apa, bagaimana, dan mengapa konsumen membeli produk. Harus dijelaskan pula sejelas-jelasnya kondisi produk yang dijual seperti tanggal kadaluarsa, *ingredients*, cara pemakaian, peringatan bahaya kontra indikasi dan lain sebagainya. Konsumen bukan objek untuk dimanipulasi sementara pengusaha mengalami keuntungan. Namun

konsumen merupakan subjek semua hak-haknya harus dihargai sehingga mereka merasa puas terhadap semua produk yang dibelinya.

PENGONTROLAN IKLAN

Kontrol Pemerintah

Secara etis lembaga paling efektif mengontrol materi periklanan adalah Pemerintah. Pemerintah bertindak sebagai lembaga pengevaluasi dan pengontrol kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat banyak. Pemerintah berkewajiban melindungi masyarakat konsumen terhadap kecurangan periklanan.

Kontrol Pembuat Iklan

Kontrol iklan secara moralitas juga dapat dilakukan oleh para pembuat iklan. Perlu ditentukan lebih dahulu code etik periklanan dengan kesepakatan terhadap norma etika iklan oleh para pembuat iklan yang termasuk dalam asosiasi biro-biro periklanan.

Kontrol Masyarakat

Pengawasan masyarakat secara langsung terhadap praktek etika periklanan dipercaya lebih efektif, masyarakat harus berani lebih kritis mengevaluasi dan melakukan kontrol kualitas materi periklanan. Lembaga konsumen perlu lebih diaktifkan untuk membantu kepentingan konsumen memperoleh info periklanan yang benar, bermutu, bermoral.

PENILAIAN ETIKA IKLAN

Tujuan Pengiklan

Iklan bernilai tidak etis jika pembuat iklan bermaksud tidak baik, secara otomatis nilai moralitas iklan menjadi tidak baik. Jika pembuat iklan mengetahui secara sadar bahwa produk yang diiklankan mungkin merugikan konsumen atau dengan sengaja iklan berisi pelecehan produk dari pesaing, atau penyesatan kualitas barang yang diiklankan, maka iklan adalah tidak etis.

Isi iklan

Meskipun iklan diadakan dalam rangka promosi menggunakan bahasa yang ringkas namun harus tetap obyektif, informasinya lengkap, iklan adalah tidak etis bila tidak memberikan penjelasan lebih lanjut atau membiarkan konsumen menerjemahkan sendiri maksud dari materi iklan sebenarnya penting. Iklan adalah sarana promosi pembujuk konsumen untuk membeli. Konsumen pembeli harus diberi tahu kondisi produk sebenarnya sebelum mereka membeli. Bila konsumen membeli namun tidak memperoleh produk seperti iklan dan tidak memenuhi harapan konsumen, maka iklan tersebut tidak etis atau iklan tersebut menyesatkan pembeli dan tidak bertanggung jawab pada akibat promosi penjualan. Penjual hanya menginginkan keuntungannya saja tidak bertanggung jawab terhadap kekecewaan konsumen.

Konsumen Tujuan

Pengertian konsumen adalah calon pembeli dewasa, normal, waras memiliki pemahaman cukup mengenai produk

atau jasa yang diiklankan. Namun di kelompok masyarakat terdapat juga orang naif yang tidak dapat dijadikan patokan sebagai penilai moralitas iklan. Perbedaan tingkat pendidikan masyarakat merupakan faktor penentu kemampuan memahami iklan bermutu dan tidak membohongi. Karena kebanyakan pendidikan masyarakat rendah, maka mereka dapat terpedaya oleh iklan. Sebagai pengusaha iklan yang etis hendaknya mereka memberikan isi iklan yang lengkap informasi dan jelas tujuannya kepada semua lapisan pendidikan rendah maupun tinggi, sehingga tidak ada seorangpun konsumen yang terpedaya merasa dibohongi.

Kebiasaan Periklanan

Tidak semua kebiasaan adalah baik, tradisi menjelaskan bahwa bisnis harus menghindari sesuatu keburukan dan melaksanakan kebaikan. Kehidupan bisnis berjangka panjang membentuk kebiasaan periklanan menjadi kebiasaan, budaya periklanan yang telah berjalan bertahun-tahun lamanya. Meskipun perilaku periklanan sudah menjadi kebiasaan yang sulit untuk diubah, namun demi kepentingan perubahan etika menjadi lebih baik dimasa datang, maka perilaku periklanan yang membodohi dan membohongi konsumen perlu untuk diperbaiki, sehingga dimasa datang lama kelamaan bisnis menjadi semakin etis.

Bisnis, Lingkungan Hidup, dan Etika

KRISIS LINGKUNGAN HIDUP

Awal perindustrian di Inggris diakhir abad ke-18 sampai kini industry modern terus berkembang namun baru disadari sekarang bisnis modern menyebabkan timbulnya persoalan lingkungan hidup, metode produksi industri memakai teknologi maju dan massal namun tidak aman bagi lingkungan. yang berlandaskan ilmu dan teknologi maju.

Metode produksi massal industri modern merupakan kekeliruan. Pebisnis menganggap sumber alam air dan udara merupakan benda bebas tidak bersifat terbatas sehingga dianggap bisa dieksploitasi sebesar besarnya.

Sumber alam seperti air dan udara secara ekonomis bersifat tak terbatas untuk memperolehnya tidak dengan pengorbanan, namun secara materil etis, benda tersebut bersifat bisa diperbaharui dan tidak bisa diperbaharui.

Pebisnis dan masyarakat lama kelamaan akan mengalami kelangkaan sumber alam karena menurut hukum etika materil alam, sifat alam adalah tidak kekal. Kerusakan lingkungan paling parah terjadi disekitar daerah industri dikelilingi hunian padat.

Bahan Beracun

Industri kimia dilarang membuang limbah produksinya ke sungai atau laut, ikan tidak layak dikonsumsi karena kadar merkuri, dan bahan beracun lain terlalu tinggi. Air tanah tercemar, tidak layak dikonsumsi manusia dan binatang. Sisa bahan kimia hasil buangan pabrik merembes ke dalam tanah. Bahan pestisida bermanfaat meningkatkan produksi pangan, namun pestisida tersebut merasuk kedalam makanan manusia, dan secara berkesinambungan mempengaruhi pembentukan air susu ibu (ASI) yang diminum bayi.

Efek Rumah Kaca

Efek rumah kaca merupakan gejala sangat mengkhawatirkan karena membentuk kenaikan suhu permukaan bumi, disebabkan oleh *greenhouse effect* atau efek rumah kaca. Sinar panas matahari diterima bumi tidak dapat dilepaskan keudara bebas karena terhalang oleh partikel-partikel gas diatmosfer disebabkan karena perbuatan manusia, sehingga udara panas tersebut tidak bisa keluar. Salah satu penyebab utamanya adalah karbondioksida (CO₂).

Perusakan Lapisan Ozon

Pemakaian zat CFC (*clorofluorokarbon*) bahan kimia dipakai dalam produk penyemprot aerosol, lemari es, dan alat Air Condition serta karet busa menyebabkan perusakan lapisan ozon. Menurut para ahli, pelepasan CFC keudara adalah tindakan sangat berbahaya bagi masa depan kehidupan makhluk dimuka bumi.

Hujan Asam

Hujan asam (*acid rain*) merusak hutan, mencemari air danau, merusak gedung-gedung, menimbulkan berbagai penyakit pada hewan dan manusia dan sebagainya. Peristiwa tersebut telah terjadi sejak beberapa dekade terakhir di kawasan padat industri seperti Kanada, Amerika Serikat bagian utara, Jerman Barat, dan Negeri Belanda. Asam dari emisi limbah industri bercampur dengan air hujan mencemari berbagai daerah yang luas.

Deforestasi dan Penggurunan

Penebangan hutan (*deforestation*) besar-besaran berakibat besar merugikan lingkungan hidup. Salah satu fungsi hutan adalah menyerap karbondioksida yang dilepaskan oleh pembakaran bahan bakar fosil dari proses industri, dan kendaraan bermotor, menyebabkan pembentukan efek rumah kaca. Hutan yang telah ditebang harus diperbaharui dengan cara penanaman pohon kembali agar erosi tanah tidak menjadi semakin besar.

Erosi tanah dapat berakibat meluasnya pembentukan gurun (*desertification*), keadaan tersebut telah banya

terjadi di negara-negara disekitar gurun Sahara di Afrika dan di Amerika Serikat.

Keanekaan Hayati

Salah satu akibat serius kerusakan lingkungan adalah kepunahan berbagai spesies kehidupan. Penggunaan pestisida dan herbisida memainkan peranan besar terhadap proses kepunahan tersebut. Para ahli memperkirakan 7 persen dari jumlah spesies di wilayah non-tropis dan 1 persen di wilayah tropis telah punah. Penebangan hutan tropis tidak terkendali akan berakibat kondisi kepunahan tersebut lebih buruk lagi.

LINGKUNGAN HIDUP DAN EKONOMI

Lingkungan Hidup Sebagai Milik Umum

The commons adalah lahan umum yang banyak ditemukan di daerah pedesaan di Eropa dan dimanfaatkan bersama-sama oleh semua penduduknya, berbentuk padang rumput luas, penduduk desa dapat menggembala ternaknya. Sejalan dengan modernisasi, dan pertambahan jumlah penduduk, lahan umum tersebut tidak dapat lagi ditemukan karena mayoritas telah dijual kepada individual yang membutuhkan tanah untuk tempat tinggal, dan pebisnis besar. Perubahan sosial-ekonomi masyarakat besar-besaran telah terjadi karena semasa tanah tersebut masih dimiliki oleh orang kaya (*the landlords*) masyarakat dapat memanfaatkannya secara bebas, kini wilayah tersebut tidak dapat dijumpai lagi dan pola kehidupan masyarakat

sekitar berubah, *the commons* telah hilang karena kepentingan segelintir orang kaya.

HUBUNGAN MANUSIA DENGAN ALAM

Manusia adalah bagian dari alam tidak terpisahkan dengan alam, manusia dan alam merupakan satu kesatuan. Pandangan modern antroposentris mengenai alam menempatkan manusia sebagai pusat kegiatannya. Namun setelah alam menjadi rusak karena ulah manusia, maka pandangan etika bisnis harus berubah memusatkan alam sebagai ekosentris, alam sebagai pusat perhatian kegiatan bisnis sehingga semua kegiatan manusia untuk memperoleh kenikmatan ekonomi dari eksploitasi alam secara etis harus memperhatikan kelestarian alam.

TANGGUNG JAWAB TERHADAP LINGKUNGAN HIDUP

Siapa Harus Membayar?

Lingkungan bisnis mencemari lingkungan oleh karenanya bertanggungjawab melindungi, memulihkan kerusakan lingkungan yang memerlukan pengorbanan keuangan. *The polluter pays*, si pencemar membayar kerusakan lingkungan. Pebisnis mencemari lingkungan harus menanggung biaya membersihkannya. Industri pembuang limbah ke sungai, harus membersihkan air sungai sampai bersih seperti sediakala. Pemegang Hak Pengusahaan Hutan

(HPH) harus melakukan reboisasi, agar hutan tetap lestari dimasa datang. Produsen harus memikul beban keuangan memulihkan kelestarian lingkungan.

Those who will benefit from environmental improvement should pay the costs, barang siapa ingin menikmati lingkungan bersih harus menanggung biayanya. Secara etis ekonomis setiap kegiatan ekonomi tidak bersifat gratis, seseorang harus mengeluarkan pengorbanan untuk memperoleh benda ekonomis.

Pembagian Beban?

a. Pengaturan

Perlu disusun peraturan mengenai polusi proses industri. Peraturan tersebut melarang membuang limbah beracun ke sungai, laut dan mengatur ketinggian cerobong dan batas jumlah emisi beracun ke udara. Peraturan harus dilaksanakan sebaik-baiknya dan dapat dipaksakan berdasarkan hukum. Secara etika para pelanggar diberi sanksi diberlakukan kepada semua industry tanpa memilih bulu.

b. Insentif

Secara etis diberikan insentif kepada industri yang bersedia melakukan tindakan preventif melindungi lingkungan, dengan memberikan kredit bersyarat lunak, subsidi, pengurangan pajak, dan sebagainya. Bisa juga berupa penghargaan pada perusahaan yang berjasa memperbaiki lingkungan. Pemerintah mendorong memberi

kesempatan pebisnis melakukan perencanaan, partisipasi aktif mencegah kerusakan lingkungan.

c. Mekanisme harga

Polusi diberi harga pada tingkat tertentu, harga jual barang didaerah terpolusi lebih mahal daripada harga produk yang dijual didaerah relatif bebas polusi. Perbedaan tinggi harga tersebut untuk membayar dan membiayai biaya penanggulangan tingkat polusi didaerah tersebut. Wilayah industri padat Eropa atau Amerika Serikat diterapkan harga polusi lebih tinggi disaat musim panas, sementara harga polusi dimusim dingin lebih murah. Polusi disaat musim panas berdampak paling buruk atas lingkungan.

Etika dan Hukum Lingkungan Hidup

Persoalan lingkungan hidup sangat berhubungan erat dengan etika bisnis karena menyangkut mengenai perubahan menjadi lebih buruk kualitas hidup manusia akibat dari perilaku pebisnis. Hukum yang dibuat belum tentu sesuai dan memenuhi persyaratan etika bisnis sehubungan dengan kualitas lingkungan hidup dan kualitas kehidupan masyarakat. Pebisnis belum tentu melaksanakan etis, bila berpedoman pada peraturan hukum mengenai lingkungan hidup. Hukum lingkungan hidup belum tentu memenuhi norma etika sebagaimana sebenarnya karena mungkin terdapat kepentingan tertentu dalam hukum tersebut. Pebisnis merasa keberatan bila harus memenuhi norma etika secara penuh, karena aktifitas tersebut

memerlukan biaya mahal. Sebenarnya pebisnis tidak rugi bila memperhatikan, menjaga kelestarian lingkungan hidup, namun tindakan tersebut mengurangi keuntungan mereka. Apapun alasannya merusak lingkungan hidup adalah tidak etis.

Kebajikan Membina Ketrampilan

KEBAJIKAN KLASIK

Istilah kebajikan menurut pendapat bangsa Yunani kuno mengandung arti kebaikan sangat dalam. Istilah tersebut mengandung arti prestasi sosial tinggi, bernilai utama, bermoral tinggi, penuh jasa.

Namun para ahli etika kebajikan Yunani kuno sependapat bahwa pelaksanaan etika kebajikan secara manusiawi tidak dilaksanakan secara sepenuhnya sebagaimana terdapat dalam etika dasar keimanan, kesamaan harapan, dan kasih sayang kepada sesama makhluk didunia. Para ahli mengatakan bahwa Socrates, Plato dan Aristoteles bersikap netral kepada prinsip yang menyatakan bahwa etika kebajikan sebenarnya tidak dilaksanakan sepenuhnya karena adanya keterbatasan manusia melaksanakan urusan didunia sebagaimana mestinya secara materil dan spiritual. Seseorang mungkin

mampu melaksanakan urusan bisnisnya secara materiil namun kurang mampu melaksanakan urusan bisnisnya secara spiritual yang menuntut pertanggung jawaban spiritual dengan Sang Maha Pencipta, manusia lainnya, binatang, tumbuh-tumbuhan dan benda lainnya.

Bagi orang Yunani kuno makhluk hidup adalah baik dan suci jika mereka mampu melakukan kebajikan, benda-benda maupun binatang melaksanakan kebajikan berdasarkan keberhasilan menjalankan fungsi mereka didunia. Manusia, binatang, tumbuh tumbuhan dan benda memiliki fungsi masing masing dan menjalankan kebajikan sesuai dengan tingkatan fungsi masing masing. Tingkat keberhasilan pencapaian kebajikan diukur dari sejauhmana pelaksanaan fungsi masing masing mampu terpenuhi, dan sejauhmana manusia dan alam sekitarnya mengatakan bahwa kebajikan telah terjadi diwilayahnya.

FILSAFAT MORAL ARISTOTELES

Kegunaan Kebajikan

Konsep Aristoteles tentang bentuk kebajikan dijelaskan secara: penjelasan materi, penjelasan formula, penjelasan efisien dan penjelasan tujuan terakhir.

Contoh penilaian terhadap seorang membuat kursi kayu:

1. Bahan yang digunakan adalah kayu (penyebab bahan).
2. Model dalam pikiran tukang kayu adalah bentuk kursi (penyebab formal).

3. Pembuatan kursi berasal dari kerja produktif tukang kayu (penyebab efisien).
4. Maksud, tujuan kursi dibuat agar orang dapat duduk di atasnya (penyebab terakhir).

Moralitas kegiatan manusia

Etika kebajikan disebut teleology, kebajikan bertujuan memenuhi telos umat manusia, *telos* digambarkan sebagai keadaan perkembangan kesejahteraan, kemakmuran ekonomis umat manusia atau dengan istilah lain disebut *eudaemonia* berarti bersemangat, keawetan kesejahteraan dan kebahagiaan.

Aristoteles berpendapat bahwa apabila manusia menjalankan fungsinya dengan baik menjaga kesejahteraan manusia dan lingkungan, maka manusia dapat mencapai tujuan mulia sejahtera didunia melalui kegiatan bisnis. Menurut etika Aristoteles tugas manusia hidup didunia adalah berbuat kebajikan bagi semesta alam dengan segala isinya sehingga mereka mengalami kesejahteraan. Manusia diciptakan kedunia adalah untuk berbuat baik memelihara dan membangun dunia (*well-functioning*) karena ia adalah makhluk termulia diantara makhluk lainnya. Yang dapat melakukan hal tersebut hanyalah manusia bukan jenis kehidupan yang lain didunia.

Sebuah kebajikan manusia atau pebisnis telah terjadi jika memenuhi beberapa kriteria antara lain:

1. Dapatkah dibedakan penyebab akhir di balik perbuatan moralitas manusia?

2. Bagaimana bentuk idealnya kebahagiaan. Bagaimana mencapai kebahagiaan?
3. Benarkah kebahagiaan bernilai intrinsik?

DASAR ETIKA KEBAJIKAN

Kebajikan diterjemahkan sebagai perbuatan manusia secara materil dan moril untuk berbuat baik bagi benda, tumbuhan, binatang, dan manusia. Etika kebajikan merupakan bentuk bangunan mental moral manusia dengan tuntutan kepentingan dunia yang harus dipenuhi. Bangunan mental manusia dipengaruhi oleh kebijakan pribadi dan kebijakan umum, pertimbangan perbuatan berkepentingan pribadi dan berkepentingan umum. Filosofi ini menunjukkan bagaimana manusia atau pebisnis dapat bertindak bisnis berkualitas memperhatikan kepentingan masyarakat selain memperoleh kenikmatan duniawi pribadi.

KEUNGGULAN PSIKOLOGIS MANUSIA

Psychologis Kebajikan

Kebajikan utama adalah sebuah kualitas psikologis mental manusia. Sifat manusia menurut penduduk Yunani digambarkan sebagai: 1) akal budi 2) nafsu 3) watak dan kemauan.

Kebajikan dalam tiga sifat tersebut akan mampu membawa pembentukan kebajikan manusia dalam jangka panjang yang secara sejati menyejahterakan manusia. Penguasaan tiga sifat manusia tersebut secara sempurna menunjukkan tingginya tingkat pencapaian peradaban manusia dibidang ekonomi dan bisnis. Untuk mencapai hal

tersebut maka manusia pebisnis harus mampu melakukan antara lain:

1. Penguasaan diri
2. Keberanian
3. Kearifan teoritis
4. Kearifan atau kebijakan praktis

KEBAJIKAN PERILAKU DAN KETERAMPILAN

Kebajikan watak seseorang berarti kemampuan, keterampilan seseorang. Keterampilan adalah kepandaian seseorang membuat, melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain:

- Kebajikan dan keterampilan perlu dilatih.
- Pelaksanaan kebajikan dan keterampilan harus saksama karena pebisnis harus mempertimbangkan bahan baku tersedia yang bermanfaat utama bagi konsumen serta akibatnya bagi kelestarian alam.
- Cermin keberhasilan pelaksanaan kebijakan dan ketrampilan adalah komentar masyarakat terhadap kebijakan dan keterampilan pebisnis. Ketercapaian kesejahteraan masyarakat sesuai norma etika bisnis tinggi. Keberhasilannya mencerminkan watak pebisnis secara pribadi tanpa bisa dipengaruhi oleh Pemerintah dan stakeholder.

PELAKSANAAN KEBAJIKAN

Para ahli teori kebajikan H.H. Klamer (1993) menyatakan bahwa:

Peraturan saja tidak cukup untuk menimbulkan pelaksanaan kebajikan, diperlukan upaya pelaksanaan kegiatan bisnis nyata yang memberikan kesejahteraan secara nyata. Kebajikan tergantung pada niat, minat, kondisi seseorang untuk melakukan kegiatan bisnis bermoral.

KEBAJIKAN ETIKA BISNIS DAN TEORI MANAJEMEN

Pertumbuhan Berkesinambungan

Pertumbuhan bisnis ekonomi dilakukan dan dirasakan oleh pebisnis dan stakeholdernya secara bersama sama, oleh karenanya pertumbuhannya merupakan tanggung jawab bersama. Menghadapi konsep tersebut maka pebisnis perlu memahami konsep bahwa:

1. Karyawan dan manajer adalah bagian dari stakeholder berkewajiban melayani konsumen dan masyarakat.
2. Pebisnis tidak patut untuk bersikap egois melainkan harus memiliki komitmen kesejahteraan kepada kelompok stakeholder.
3. Pebisnis harus memiliki komitmen bahwa bisnisnya ditujukan untuk pertumbuhan bisnis ekonomi berkelanjutan.

4. Pebisnis mampu merencanakan melaksanakan kegiatan bisnisnya dengan memperhatikan pelestarian lingkungan.

Kebijakan Manajer dan Filosofi Perusahaan

Pebisnis harus mampu memahami kesejahteraan perusahaan, pribadi, dan sosial. Keunggulan manusia dari makhluk didunia lainnya adalah:

1. Perilaku pebisnis mempengaruhi kesejahteraan, perkembangan kehidupan dan proses kehidupan manusia. Sudahkah proses tersebut terlaksana dengan baik?
2. Apakah kebijakan pebisnis mampu mengembangkan pertumbuhan masyarakat bisnis yang etis ekonomis dan bermoral?

Prinsip-prinsip etika bisnis yang mencerminkan kebijakan:

1. Kejujuran, kebijakan manajer menghargai kerahasiaan.
2. Kebajikan dari keadilan yang tak memihak, adalah upaya penghargaan seseorang terhadap keadilan yang seharusnya memang perlu dialami oleh semua orang, dan hak semua orang serta menghindari perselisihan kepentingan yang sebenarnya.
3. Upaya memelihara hubungan, memelihara kepercayaan, jujur dalam negosiasi dan menepati janji.

Kemampuan Manajer Melaksanakan Kebajikan Tergantung Level Kejiwaannya

Pada dasarnya tingkat perkembangan kejiwaan manusia secara etis dibagi kedalam empat tingkatan. Pertama tingkat manusia sebagaimana manusia, kedua manusia sebagaimana binatang, ketiga manusia sebagaimana tumbuh-tumbuhan dan keempat manusia sebagaimana benda.

Tingkat pertama tertinggi dalam kehidupan kejiwaan manusia adalah tingkat kejiwaan manusia sebagaimana wujudnya sebagai manusia memiliki karakteristik antara lain, manusia yang bersangkutan berwujud sebagai manusia dengan memiliki sifat kejiwaan manusia, yang berarti, pebisnis tersebut atau manajer tersebut memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi, rasa kasih sayang yang tinggi, mencintai kehidupan manusia, kehidupan binatang, kehidupan tumbuh-tumbuhan dan kehidupan kebendaan sebagaimana seharusnya, dan mampu melaksanakan kewajibannya menjaga melestarikan kehidupan didunia agar semua umat manusia mampu memperoleh kebahagiaan dan kesejahteraan dalam rangka menjalankan aktifitas bisnisnya selama didunia.

Manusia dalam tingkatan manusia sebagaimana manusia ini berwujud manusia dan memiliki tingkat kejiwaan sebagaimana manusia seutuhnya. Manusia dalam

tingkat kejiwaan seperti itu berkecenderungan tidak mampu berbohong selama urusan bisnisnya, bahkan memiliki kecenderungan sifat sosial yang tinggi sehingga dalam melaksanakan urusan bisnisnya berprinsip rela mengurangi keuntungan untuk meningkatkan dan memelihara kelestarian lingkungan selama urusan bisnisnya.

Tingkat kedua dalam kehidupan kejiwaan manusia adalah tingkat manusia sebagaimana wujudnya sebagai manusia memiliki jiwa binatang, karakteristik manusia yang bersangkutan berwujud fisik sebagai manusia dengan memiliki sifat kejiwaan dan pikirannya seperti layaknya binatang. Prinsip bisnis ditingkat ini adalah ini hartaku, hartamu semua milikku juga, bila tidak kauberikan padaku, maka akan kurampas semua hartamu sehingga aku menjadi yang paling beruntung dan kaya. Pebisnis setingkat tersebut tersebut atau manajer tersebut kurang memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi, kurang memiliki rasa kasih sayang, hanya mencintai mencintai kehidupannya pribadi, peri kehidupannya mirip peri kehidupan binatang, dimana semua upaya bisnisnya dilakukan untuk sebesar-besarnya kemanfaatan pribadinya dan tidak mampu memberikan kesejahteraan seimbang kepada partner bisnisnya. Pebisnis semacam ini hanya mencintai kelompok bisnisnya tidak mampu mengembangkan hubungan bisnis yang saling menguntungkan diantara sesama pebisnis, upaya bisnis

mereka diarahkan untuk saling mematikan kehidupan atau kesempatan bisnis kelompok atau individu lainnya. Bahkan bila perlu semua kekayaan pebisnis lainnya atau kekayaan masyarakat lainnya yang tidak ikut serta dalam bisnis ikut serta menjadi korban ketamakan pebisnis tipe ini. Oleh karena peri kehidupannya adalah tingkat binatang maka pebisnis pada tingkat ini tidak mampu melaksanakan kewajibannya menjaga melestarikan kehidupan didunia agar semua umat manusia mampu memperoleh kebahagiaan dan kesejahteraan dalam rangka menjalankan aktifitas bisnisnya selama didunia.

Manusia dalam tingkatan manusia sebagaimana binatang ini berwujud manusia dan memiliki tingkat kejiwaan sebagaimana binatang seutuhnya yang memiliki kecenderungan alamiah untuk saling mengalahkan dan mematikan. Manusia dalam tingkat kejiwaan seperti itu memiliki kecenderungan mampu berbohong selama urusan bisnisnya, bahkan memiliki kecenderungan bersifat anti sosial yang tinggi sehingga dalam melaksanakan urusan bisnisnya berprinsip tidak rela mengurangi keuntungan dan tidak peduli dengan semua upaya untuk meningkatkan dan memelihara kelestarian lingkungan selama urusan bisnisnya.

Tingkat ketiga dalam kehidupan kejiwaan manusia adalah tingkat kejiwaan tumbuh-tumbuhan meskipun wujudnya tetap sebagai manusia. Wujud fisiknya sebagai

manusia biasa namun tata cara berfikir dan berperasaan sebagaimana tumbuh-tumbuhan yang memiliki prinsip hidup tetap hidup sebagaimana tumbuh-tumbuhan yang hidup normal namun tidak memiliki kesadaran dan kreatifitas atau keberanian sebagaimana manusia. Tidak peduli akan dibawa kemana urusan bisnisnya yang penting baginya dapat selalu memperoleh keuntungan meskipun pebisnis yang lain mengalami kerugian akibat berbisnis dengannya. Yang lebih penting baginya adalah kehidupan pribadinya sejahtera tidak peduli apakah kegiatan bisnisnya merusak siapapun disekitarnya seperti akar tumbuh-tumbuhan yang mampu merusak tanah dikedalaman tanah dan merusak permukaan tanah secara alamiah dalam perkembangan kehidupannya alamiahnya.

Pebisnis berjiwa tumbuh-tumbuhan tersebut memiliki karakteristik antara lain, yang bersangkutan berwujud sebagai manusia dengan memiliki sifat kejiwaan tumbuh-tumbuhan, yang berarti, manusia tersebut atau manajer tersebut tidak memiliki rasa kemanusiaan, yang penting baginya adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan semua akibat dari bisnisnya yang penuh dengan kebohongan dan kelicikan, tidak peduli apakah masyarakat atau individu yang berbisnis dengannya akan mengalami kerugian akibat berhubungan bisnis dengannya. Tidak memiliki rasa kasih sayang, hanya mencintai

kehidupan duniawi, dan tidak mampu melaksanakan kewajibannya menjaga melestarikan kehidupan didunia agar semua umat manusia memperoleh kebahagiaan dan kesejahteraan dalam rangka menjalankan aktifitas bisnisnya selama didunia.

Manusia dalam tingkatan manusia sebagaimana tumbuh-tumbuhan ini berwujud manusia dan memiliki tingkat kejiwaan sebagaimana tumbuh-tumbuhan, ia hidup seperti tumbuh-tumbuhan yang hidup wajar, namun tidak mampu memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat dan lingkungan selama aktifitas bisnisnya. Manusia dalam tingkat kejiwaan seperti itu memiliki kecenderungan sangat mampu berbohong selama urusan bisnisnya, bahkan memiliki kecenderungan kelicikan bisnis yang tinggi sehingga dalam melaksanakan urusan bisnisnya berprinsip tidak rela mengurangi keuntungan untuk meningkatkan dan memelihara kelestarian lingkungan selama urusannya.

Tingkat keempat dalam kehidupan kejiwaan manusia adalah tingkat kejiwaan benda namun wujud fisiknya tetap sebagai manusia. Wujudnya saja manusia namun jiwanya adalah kebendaan. Kelompok pebisnis tersebut memiliki prinsip ada uang bisnis dilaksanakan, tidak ada uang stop berbisnis. Memiliki karakteristik antara lain, manusia yang bersangkutan berwujud sebagai manusia dengan memiliki

sifat kejiwaan kebendaan, yang berarti, manusia tersebut atau manajer tersebut tidak memiliki rasa kemanusiaan, minim rasa kasih sayang, hanya mencintai mencintai kehidupan duniawi, mengabaikan kehidupan ekosistem alamiah, mengabaikan kepentingan kehidupan manusia lainnya, mengabaikan pentingnya kehidupan binatang, mengabaikan pentingnya kehidupan tumbuh-tumbuhan dan kehidupan kebendaan sebagaimana seharusnya, dan tidak mampu melaksanakan kewajibannya menjaga melestarikan kehidupan didunia agar semua umat manusia dapat mampu memperoleh kebahagiaan dan kesejahteraan dalam rangka menjalankan aktifitas bisnisnya selama didunia.

Manusia dalam tingkatan manusia sebagaimana benda ini berwujud manusia dan memiliki tingkat kejiwaan sebagaimana benda seutuhnya. Semua aktifitas bisnisnya bersifat kebendaan, semua aktifitas bisnisnya harus selalu memberikannya keuntungan, bila tidak memberikan keuntungan maka tidak akan berbisnis. Dalam aktifitas bisnisnya diwarnai oleh berbagai tipu daya kelicikan untuk selalu mengelabui orang lain partner bisnisnya bahkan masyarakat sekitarnya tidak diperdulikannya, yang penting baginya adalah keuntungan bisnis baginya semata dengan mengabaikan kepentingan kesejahteraan masyarakat ataupun mengabaikan kelestarian lingkungan.

Pebisnis dalam tingkat kejiwaan seperti itu memiliki kecenderungan sangat mampu berbohong selama urusan bisnisnya, bahkan memiliki kecenderungan merusak tata cara bisnis halal sehingga dalam melaksanakan urusan bisnisnya berprinsip tidak rela mengurangi keuntungan untuk meningkatkan dan memelihara kelestarian lingkungan selama urusan bisnisnya.

Bisnis dan Perlindungan Konsumen

HUBUNGAN PRODUSEN DAN KONSUMEN

Hubungan bisnis antara produsen dan konsumen harus selalu didasari oleh etika bisnis sehingga hak konsumen selalu harus dihargai. Konsumen memiliki hak karena telah memberikan sebagian miliknya kepada pebisnis dalam rangka memperoleh manfaat ekonomi yang disampaikan pebisnis kepadanya untuk menyambung kenikmatan ekonomi dari kegiatan ekonominya dengan pebisnis, dengan demikian sudah selayaknya pebisnis juga menghargai konsumen yang telah memberinya kemanfaatan materiil kepadanya dan bahkan pebisnis bertanggung jawab terhadap keutuhan komoditi yang dijualnya dan kualitas komoditi yang dijualnya.

Penghargaan Konsumen

Konsumen dan produsen yang membuat konsumen merasa puas harus dihormati, perekonomian dengan sistem pasar bebas menjamin penghargaan pada hak hak konsumen dan produsen. Sistem tersebut menjamin keluar masuknya produsen dan konsumen kedalam interaksi pasar, sehingga siapa saja bebas menentukan keinginannya untuk menentukan pilihannya membeli dan menjual segala sesuatu yang sesuai keinginan dan disukainya.

Konsumen adalah Raja

Konsumen perlu dilayani sebagaimana layaknya orang utama. Kepuasan konsumen secara etis merupakan keutamaan dalam setiap aktifitas bisnis yang dilandasi etika bisnis tinggi. Perusahaan yang berprestasi adalah perusahaan yang bukan hanya mampu membuat konsumennya merasa puas namun juga merasakan kegembiraan akibat urusan jual beli barang dan jasa ekonomi dengan pebisnis. Konsumen harus diutamakan pelayanannya karena mereka telah memberikan sejumlah uangnya kepada pebisnis, maka secara etis pebisnis secara timbal balik harus mampu memberikan kualitas produk prima dan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasakan kepuasan dan kegembiraan akibat urusan jual beli, sementara pebisnis memperoleh keuntungan, dengan demikian kedua belah pihak merasakan kepuasan dan kegembiraan dari hasil transaksi perdagangan yang dilakukan; keadaan tersebut tentu merupakan kondisi yang

wajar untuk dialami oleh kedua belah pihak yang mengadakan perikatan jual beli secara suka rela.

KASUS SUAP PERUSAHAAN PEMBUAT PESAWAT TERBANG LOCKHEED

Pada tahun 1513, filsuf politik berkebangsaan Italia Niccolo Machiavelli berargumen bahwa sebuah akhir yang bermanfaat membenarkan cara dianggap yang efisien; yang berarti, bila tujuan akhir mengesampingkan kepentingan, cara-cara yang tidak mengindahkan moral bisa dipakai untuk mencapai tujuan tersebut. Hampir semua orang menyetujui bahwa dalam kondisi tertentu, hasil akhir bisa membenarkan cara memperolehnya. Namun bagaimanapun, sudah jelas bahwa seseorang seringkali menghadapi dilema. Sebuah dilema yang paling sulit yang dihadapi bisnis Amerika diluar negeri adalah pertanyaan penting mengenai pembayaran ilegal. Apakah perusahaan Amerika yang beroperasi diluar negeri harus melakukan pembayaran ilegal sebagaimana yang selalu dilakukan dan sudah membudaya oleh pebisnis lain di negara lain diluar negeri? Seperti yang sering dipraktekkan dibanyak negara didunia yang biasa melakukannya, meskipun hal tersebut adalah ilegal. Apakah perlu dilakukan suap atau sogok menyogok untuk memperoleh kontrak dan membuka sebuah lembaga bisnis baru?

Peristiwa sogok menyogok yang terjadi pada pertengahan tahun 1970 telah mendorong timbulnya pertanyaan tersebut. Disebabkan oleh carut marut kondisi finansial perusahaan Lockheed, telah berusaha dibantu dan digaransi dana talangan oleh pemerintah federal, maka perusahaan tersebut masih bisa tetap hidup. Banyak yang akan kehilangan pekerjaan bila perusahaan Lockheed tidak mampu memperoleh pesanan yang cukup untuk produksinya pesawat terbang komersil Tristar type L-1011. Lockheed telah gagal memperoleh kontrak untuk type L-1011 dari Italy, Jerman, dan Swedia. Oleh karena itu diperlukan pesanan pesawat dan penjualan berjumlah sangat besar untuk menutup kondisi keuangan mendekati *break even point* dan secara terpisah mampu membayar biaya desain pesawat. Disaat itu salah satu harapan perusahaan adalah memastikan perolehan kontrak pembuatan pesawat dari negara Jepang.

Karl Kotchian, Presiden Lockheed, tidak khusus berkunjung ke Jepang dengan maksud memberi suap kepada para pejabat pemerintah Jepang. Meski bertanggung jawab langsung terhadap proses negosiasi penjualan pesawat, ia tidak dapat berbahasa Jepang. Jadi ia harus mengandalkan dan mempercayai sepenuhnya pada nasehat dan perwakilan dari para eksekutif perusahaan Jepang

yang dikontrak untuk mewakili perdagangan atas nama perusahaan Lockheed Amerika. Pada saat perundingan, yang berlangsung selama kurang lebih 70 hari, Kotchian menetap di hotel ditengah kota Tokyo. Disaat itu ia didorong oleh kepentingan untuk selalu menghadiri rapat-rapat yang selalu dilaksanakan dalam waktu yang sangat mendesak dan dilanjutkan dengan persetujuan pengambilan saran-saran bahwa keputusan pembelian dapat diputuskan dan dilaksanakan kecuali "*something*" tidak diberikan. Kotchian tidak mengetahui dan tidak menyadari apakah para pesaingnya telah memberikan "*something*" namun ia menduga dan mencurigai bahwa para pesaingnya telah dan akan melakukan pemberian "*something*" itu. Perusahaan dagang yang mewakili Lockheed selalu berunding dengan kantor Perdana Menteri Jepang disaat itu; Kotchian tidak memiliki kontak langsung dengan pejabat pemerintah Jepang yang berwenang membuat keputusan pembelian atau tidak disaat itu secara nyata. Kontak yang dilakukannya terbatas pada perwakilan secara teknis dan fungsional perusahaan penerbangan Jepang.

Kegagalannya menerima pesanan senilai \$430 juta dari Jepang akan memukul lebih parah kondisi keuangan perusahaan pembuat pesawat terbang Lockheed yang sementara itu memiliki momentum didepan mata dalam

kesempatan perdagangan sesaat. Kondisi tersebut akan berlanjut dengan pengurangan kemampuan proyek produksi pesawat model terbaru dan berkonsekwensi pengurangan tenaga insinyur serta tenaga kerja produksi lainnya. Kotchian bermaksud mempertahankan jumlah tenaga kerjanya yang besar di Burbank, California ia enggan melakukan pemutusan hubungan kerja karyawan. Apabila Lockheed kehilangan pesanan luar negerinya empat kali secara berturut-turut, maka tidak hanya pekerja di Burbank yang akan kehilangan pekerjaan, namun lebih jauh lagi jabatannya sendiri juga akan musnah. Akhirnya Kotchian membayar sejumlah uang senilai \$3,8 juta untuk melakukan suap. Ia yakin bahwa pertimbangannya menyuap sebesar 0,8 persen dari jumlah harga total pesanan adalah perihal kecil bila dibandingkan dengan kemungkinan keberlanjutan kondisi finansial perusahaan Lockheed. Meskipun ilegal, apakah keputusan Lockheed membayar para pejabat asing dalam upaya mempengaruhi mereka membuat keputusan pembelian pesawat terbang tersebut bisa dibenarkan?

Sebagaimana telah terjadi dalam peristiwa skandal suap pemesanan pesawat Lockheed, sangat menarik untuk didiskusikan proses pembelian pesawat Lockheed oleh Pemerintah Jepang. Para eksekutif perusahaan seringkali menghadapi persoalan sulit dalam rangka membuat

berbagai keputusan operasi perusahaan. Dilema tersebut seringkali menyangkut berbagai persoalan dagang yang berhubungan dengan persoalan bersifat hukum, sosial, politik, pemerintah dan perhatian pada etika perdagangan. Pada akhir-akhir ini, perhatian terhadap persoalan tersebut telah meningkat secara signifikan dalam lingkungan pemimpin perusahaan dan dalam perdebatan media.

Tingkatkan kewaspadaan dan pemahaman anda pada khususnya persoalan rumit dalam rangka mengatur aktifitas perusahaan menyangkut pengaruh lingkungan politik dan sosial terhadap perusahaan. Bisnis selalu berada ditengah aktifitas yang bersifat kontroversial apabila menghadapi definisi perilaku upaya pengambilan keputusan yang bertanggung jawab dan etis.

Meskipun banyak kalangan pengamat sepakat bahwa perusahaan harus selalu menghindari pengambilan keputusan transaksi bisnis ilegal yang sangat merugikan masyarakat, namun sejauh mana perusahaan harus memperhatikan akibat keputusan bisnisnya terhadap aktifitas bisnisnya sendiri masih saja belum tergambar dengan jelas.

Kondisi kelemahan kepemimpinan perusahaan selalu akan berakibat keterlibatan pemimpin perusahaan dalam persoalan pelanggaran hukum yang tidak perlu dengan

melakukan perbuatan tercela selama kepemimpinan perusahaan berada ditangannya.

Kelemahan sikap kepemimpinan perusahaan dalam melaksanakan pengambilan keputusan perdagangan sangat dipengaruhi oleh kemampuan pemimpin perusahaan mengidentifikasi dirinya apakah ia berasal dari golongan pebisnis berbentuk manusia namun berjiwa manusia, berjiwa binatang, berjiwa tumbuh-tumbuhan atau berjiwa kebendaan.

ALASAN SETUJU DAN TIDAK SETUJU TERHADAP ETIKA BISNIS

Etika Bisnis merupakan sebuah proses rasional untuk mengevaluasi moral standar yang perlu dimiliki oleh pebisnis dan menerapkannya dalam setiap langkah aktifitas bisnis. Namun demikian banyak keberatan dikemukakan oleh para pelaku bisnis mengenai keharusan melaksanakan etika bisnis dalam setiap langkah bisnisnya.

Pebisnis berpendapat bahwa mereka harus melakukan berbagai praktek bisnis yang baik, karena dengan melaksanakan praktek bisnis sedemikian rupa akan menghambat pebisnis untuk memperoleh kemanfaatan dan keuntungan bisnis yang sebenarnya sangat besar. Pebisnis berpendapat bahwa aktifitas bisnis memerlukan kerja keras dan perlu memperoleh penghargaan finansial setimpal

karena tanpa balasan finansial tersebut dikhawatirkan praktek bisnis dikemudian hari tidak dapat berlangsung dalam jangka waktu lama.

Dalam sebuah sistem pasar persaingan bebas perolehan profit betul-betul tergantung pada kepiawaian pebisnis melihat peluang dan kemungkinan biaya produksi yang harus dikorbankan dalam rangka memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Kemungkinan besar tanpa memperhatikan kepentingan konsumen atau apa yang dibutuhkan oleh konsumen sebenarnya. Sebenarnya secara etis para pebisnis harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen dalam proses produksi dan perdagangannya dengan melakukan proses produksi yang paling efisien dan berkualitas tinggi untuk kemanfaatan konsumen dan masyarakat lain yang tidak pernah membeli barang produksinya namun terkena imbas keburukan dari hasil produksi yang diperdagangkan. Perlu diperhatikan bahwa jenis konsumen dalam bisnis adalah pertama konsumen yang membeli barang atau jasa dipasar dan yang kedua adalah konsumen yang tidak pernah membeli barang atau jasa dipasar namun terimbas praktek bisnis yang buruk dan kelompok ini mengalami penderitaan fisik dan mental akibat praktek bisnis yang dilakukan oleh pebisnis yang hanya memperhatikan kepentingan pribadinya mengabaikan kepentingan masyarakat yang lebih luas. Apakah

masyarakat umum tidak berhak menikmati kelestarian lingkungan dimasa depan? Tentu mereka memiliki hak tersebut, siapapun umat manusia didunia ini berhak menikmati kenikmatan duniawi dan spirituil selama mereka masih hidup didunia dan mengalami berbagai praktek bisnis yang dilakukan oleh para pebisnis masyarakat lain disekitarnya.

Kadang-kadang muncul juga fenomena yang sering terjadi bahwa sebagai seorang manajer perusahaan yang loyal kepada majikannya, ia memiliki tugas untuk mematuhi dan melaksanakan semua keinginan majikan perusahaan menggunakan keahliannya melayani keinginan majikan untuk memperoleh keuntungan perusahaan meskipun diperoleh dengan cara-cara yang merugikan konsumen dan masyarakat umum (Alex C. Michales). Namun demikian karena etika sangat berhubungan dengan hati nurani para pelaksana pekerjaan dalam perusahaan bisnis, maka tidakkah lebih baik mereka melakukan semua pekerjaan bisnisnya dengan dilandasi oleh hati nuraninya sendiri yang paling dalam. Kemampuan seseorang melakukan pekerjaannya dilandasi dengan hati nurani menunjukkan ketinggian etika yang dimiliki oleh yang bersangkutan.

Keberatan pebisnis untuk mematuhi etika bisnis adalah karena secara etis bisnis praktis dapat dikatakan beretika apabila dalam praktek bisnisnya selalu mematuhi peraturan

hukum yang berlaku dalam praktek bisnis. Jadi praktek bisnis dapat dikatakan etis bila semua kegiatannya didasari oleh hukum yang berlaku. Contohnya: Ketika seorang manajer diminta untuk mempersiapkan laporan kegiatan etika bisnis perusahaan kepada CEO perusahaan, laporan yang dibuatnya tidak memasukkan dugaan laporan adanya percobaan penyuapan petugas pajak tertentu. Ketika dirinya ditanya alasannya mengapa dugaan percobaan penyuapan petugas pajak tersebut tidak dimasukkan dalam laporannya, maka ia menjawab bahwa ia merasa perbuatan tersebut tidaklah tidak etis karena praktek tersebut tidak ilegal tergantung dari peraturan hukum dimana sang manajer berada diwilayah hukum tertentu. Namun secara moral kondisi tersebut salah karena etika dinilai berdasarkan hati nurani seseorang yang paling dalam. Contoh nyata dalam hal ini adalah pengujian tingkat moralitas berdasarkan hati nurani ketika seseorang dilarang melakukan pembunuhan, pemerkosaan, pencurian, penipuan dan sebagainya. Apabila yang bersangkutan dapat menghindari kelakuan tersebut maka ia dikategorikan sebagai berperilaku etis. Praktek perilaku bisnis yang menghindari banyak penipuan dapat dikategorikan praktek bisnis beretika.

Bisnis harus beretika, etika bisnis harus menjiwai setiap aktifitas bisnis didunia, karena bisnis merupakan aktifitas manusia secara sukarela, maka aktifitas bisnis

harus didasari oleh etika. Aktivitas bisnis harus dilandasi etika bisnis, aktivitas bisnis tidak dapat terjadi tanpa partisipasi konsumen yang membeli dan memperoleh manfaat dari jual beli dan tanpa partisipasi masyarakat bukan pembeli yang mematuhi etika bisnis dan mendambakan kesejahteraan yang terkena imbas akibat aktivitas bisnis. Pebisnis perlu memahami bahwa dengan bisnis beretika mereka mampu memperoleh keuntungan, meskipun berbisnis tidak dengan etika juga akan memberikan kepada mereka keuntungan. Dengan demikian sebaiknya pebisnis memahami bahwa mereka perlu melaksanakan etika berbisnis tanpa berbohong atau tanpa berbuat curang untuk memperoleh keuntungan sesaat.

JIKA MENGETI MAKA PEBISNIS TIDAK INGIN KORUP

Sebenarnya jika pebisnis mengerti dan memahami apa sebenarnya arti kehidupan didunia ini, khususnya berbisnis dengan memuliakan konsumen dan masyarakat serta lingkungan, maka mereka tidak akan mau melakukan tindakan bisnis korup yang merugikan konsumen, merugikan masyarakat dan merusak lingkungan. Mengapa demikian? Seandainya pebisnis menyadari berapa tahun usia manusia dapat bertahan dalam kehidupan bisnis modern disaat sekarang ini? Dapat disimpulkan bahwa usia manusia semakin lama semakin pendek. Usia pensiun di indonesia

rata-rata adalah 56 tahun setelah itu kemudian memasuki masa pensiun. Biasanya setelah memasuki usia pensiun seseorang menjadi gamang dan menghadapi kekecewaan, rasa kecewa ini kemudian berkembang menjadi pemicu stress, setelah stress berkepanjangan kemudian meningkat menjadi penyakit berat yang menimbulkan serangan stroke dan bisa mungkin mengakhiri kehidupan seseorang didunia. Sementara itu selama didunia seseorang masih sedikit sekali berbuat bisnis dengan dilambai kebajikan kehidupan dan membahagiakan umat manusia didunia. Tahukan seseorang berapa lama ia mampu hidup didunia yang selama itu perbuatannya korup dan merugikan orang banyak? Setelah pensiun seseorang mengalami rasa kecewa mungkin selama satu tahun, kemudian meningkat mengalami stress selama kemungkinan satu tahun juga dan dilanjutkan dengan mengalami stroke dan kematian bisa diduga sekitar selama 2 tahun setelah pensiun. Jadi usia manusia di indonesia rata-rata sebenarnya sekitar 56 tahun ditambah 4 tahun menjadi 60 tahun, usia tersebut adalah usia rata-rata sebelum yang bersangkutan meninggal dunia dan belum berprestasi bisnis yang memberikan kemuliaan dan kebahagiaan kepada para konsumen dan masyarakat serta lingkungan hidup. Kemudian setelah meninggal dunia seseorang akan hidup dalam waktu yang tidak seorangpun tahu berapa tahun lamanya dan mengalami pembalasan

setimpal akibat perbuatannya didunia mungkin selamanya. Jadi betapa berat sebenarnya beban siksaan yang akan diterimanya kelak dikemudian hari. Bisa memperoleh kebahagiaan dunia hanya selama 60 tahun karena berbohong, menipu, mengecewakan konsumen dan masyarakat, namun balasannya adalah tersiksa selamanya sampai diakhir zaman. Bila seseorang menyadari kondisi tersebut maka mungkin mereka akan takut untuk melakukan praktek bisnis yang merugikan pembeli, masyarakat maupun lingkungan. Namun hal itu hanya sebatas seandainya mereka menyadari apa sebenarnya yang mungkin terjadi.

REFERENCE

- Beauchamp, Tom L and Bowie, Norman E, Ethical Theory and Business, 1997, Prentice hall, New Yersey, USA
- De George, Richard T, Business Ethics, New Yersey, 1986, Mc Millan Publishing Company, New York, USA
- Hartman, Laura P, Perspectives in Business Ethics, 1988, Mc Graw Hill, Boston, USA
- Garcia, Rolando, Principles of Business Ethics Compilation and Adaptation, 1994, R.M. GARCIA Publishing House, Quezon City, Philippines
- Panizo, Alfredo, Ethics or Moral Philosophy, 1964, PPP Incorporated, Quezon City, Philippines
- Northcott, Paul, H, Ethics and the Accountant: Case studies, 1994, Prentice Hall, new South wales, Australia
- Nadel, Jack, How to Succeed in Business Without Lying, Cheating or Stealing, Pocket Books, New York, USA
- Velazquez, Manuel, G, Business Ethics Concept and cases, prentice hall, 2002, New Yersey, USA
- Brant, Richard, B, A Theory of Good and the Right, 1979, Oxford University Press, New York, USA
- Singer, Peter, Practical Ethics, Cambridge University Press, New York, USA
- Corporate Criminals or Criminal Corporations, Wall Street Journals, June 19, 1985
- Berleant, Arnold, Multinationals and the Problem of Ethical Consistency, Journal of Business Ethics, vol 3 (August, 1982)
- Sandel, Michael, Liberalism and the Limits of Justice, 1982, Cambridge University press, New York, USA
- Kenworthy, Lane, In Search of National Economic Success: Balancing Competition and Cooperation, 1995, Sage Publications California, USA

Warren, Russel, G, Antitrust in Theory and Practice, Grid Inc, Columbus, Ohio, USA
Blackstone, William, T, Ethics and Ecology, 1974, University of Georgia Press, USA
Grossman, Richard, R, and Kazis, Richard, Job Blackmail: It's Not Jobs or Environment, 1983, Pilgrim Press, New York, USA