MEMBANGUN ETIKA DAN MORAL DALAM PROSPEK BISNIS GLOBAL
SUATU TINJAUAN TEORI

Syamsu Alang
BSI
Jl. Kamal Raya No. 18 Ringroad Barat, Cengkareng Jakarta Barat
Email: syamsualang@yahoo.com

Abstract

Business constitutes one of phenomenon which happen deep the need cycle human will mark sense interaction for meeting ambition and wish to human economic activity factors it own. Business is economic activity. That don't despite activity or production activity, bni, exchange, merchant, market, work to employ, and humanity interaction another, for the purpose get gain or profit for viability and gathering adequately fund divides business agent activity performing (businessman) that own. Manner carries on business is default assess that as guidance or basis for manager and whole employee in decision making and runs ethical business. Manner and business paradigm is world different one have while it is revamped as manner paradigm concerning with business or coordinating among manner with unrealised. Regulately admits sentral of economic viewpoint in carries on business, need shortly be added marks sense viewpoint any other again that may not be ignored, which is moral viewpoint. Good business (good business) not only business that advantages. Good business is also good business ethical ala and moral particularly enter global business prospect.

Keywords : Ethics, Morality, Global Business


Kata Kunci: Etika, Moral, Bisnis Global.

I. PENDAHULUAN

Dalam struktur masyarakat modern segala kegiatan akan memenuhi kebutuhan hidup dan ekonomi sering kali dikaitkan dengan prinsip untung dan rugi disamping itupun tidak akan lepas dari prinsip kepuasan, keterkaitan itu berdampak kepada dinamisasi kehidupan usaha atau bisnis yang kian mengglobal. Bisnis global menuntut peranan etika dalam interaksinya, mengingat suatu tindakan dalam kegiatan bisnis akan diterima dengan kepedulian sosial ekonomi (economic social concerned) yakni masyarakat adalah konsumen.

Sebagai objek dalam kegiatan ekonomi suatu kegiatan bisnis itu sendiri memiliki andil yang besar memajukan bisnis/usaha. Bisnis yang tidak memperhatikan kondisi dan keadaan masyarakatnya sebagai
objek dalam hal pemenuhan kebutuhan dan kepuasan akan berdampak kepada kelanjutan dan dinamisasi bisnis dimasa depan.

Kebutuhan dan kepuasan juga berkaitan dengan peranan bisnis itu sendiri yakni apakah berperan sebagai struktur ekonomi yang akan selalu berorientasi kepada pencapaian keuntungan atau laba semata ataupun memiliki peran pula sebagai sosial ekonomi yakni tetap memperhatikan dan tidak mengabaikan etika, rasa keadilan dalam praktik-praktik bisnis yang terpuji atau moral.

Bisnis yang beretika adalah suatu kegiatan ekonomi sosial yang berjalan dengan lurus diatas dasar koridor moral melalui pencapaian keuntungan yang wajar dan adil bagi masyarakat konsumen sebagai merupakan pula faktor pententu kesuksesan suatu bisnis, dikatakan kunci utama kesuksesan adalah reputasinya sebagai pengusaha yang memegang teguh integritas dan kepercayaan pihak lain. Maka dipastikan bahwa bisnis yang berorientasi dalam etika dan moral akan menjadikan kelangsungan bisnis itu sendiri terutama dimasa bisnis global sekarang ini dimana banyak pebisnis yang hadir menawarkan solusi dan harapan dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat melalui berbagai tawaran yang kian menarik saja. Pertanyaannya bagaimana membangun etika dan moral dalam bisnis global?

II. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk dapat memasuki dalam bisnis yang beretika maka sangatlah perlu memahami beberapa pengertian dan pandangan tentang etika, hal ini diperlukan agar pemahaman etika dan pola keterkaitan dengan bisnis yang akan dan sedang dijalankan akan mengarah kepada maksud dan tujuan diadakannya bisnis itu sendiri bagi pengusaha (businessman) maupun masyarakat pengguna jasa bisnis (konsumen) agar bersinergi tanpa ada yang dikecilkan atau dicurangi serta berat sebelah.

Pengertian etika berbeda dengan etiket. Etiket berasal dari bahasa Francis Etiquette yang berarti tata cara pengulian yang baik antara sesama manusia. Sedangkan etika berasal dari bahasa latin yang berarti falsafah moral dan merupakan cara hidup yang benar dilahir dari sudut budaya, susila dan agama.

Etika berasal dari bahasa Yunani Ethos yang dalam bentuk jamaknya berarti adat istiadat atau kebiasaan. Yaitu kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Hal tersebut berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan tersebut lalu terungkap dan dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.

Pandangan etika-bisnis menurut Business and Society—Ethics and Stake Holder Management (Buchholtz) (Rindin, Ketut. 2004) : Etika adalah disiplin yang berhubungan dengan hal-hal yang disebut baik dan buruk yang berhubungan dengan kewajiban dan penegakan moral. Etika juga bisa dianggap sebagai perangkat nilai dan prinsip moral. Moralitas adalah sistem prilaku. Etika bisnis berkaitan erat dengan praktik benar atau salah (etika), baik atau buruk (moral), indah atau jelek (estetika).

Dalam kamus besar bahasa Indonesia yang baru, dikatakan bahwa etika adalah:
1. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral
2. Kumpulan aturan atau nilai yang berkembang dengan akhlak
3. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat.

Dapat dipahami pengertian etika identik dengan pengertian moralis, yaitu sama-sama sebagai suatu sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang diinstisutionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang sering berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana lazimnya sebuah kebiasaan.

Menurut Franz Magnus Suseno (1987:77), etika (ethics) merupakan salah satu disiplin pokok dalam filsafat yang disebut sebagai filosafat tingkah laku (filsafat moral), ia merefleksikan bagaimana manusia harus hidup agar berhasil menjadi sebagai manusia. Karena etika adalah refleksi kritis terhadap moralitas, maka etika tidak bermaksud membuat manusia bertindak sesuai dengan moralitas begitu saja.

Etika memang pada akhirnya mengharapkan agar orang bertindak sesuai dengan nilai dan norma moral yang berlaku,
tetapi kesesuaian itu bukan semata-mata karena tindakan yang baik itu diperintahkan oleh moralitas (olah nenek moyang, guru, orang tua bahkan oleh Tuhan), melainkan karena ia sendiri tahu dan sadar bahwa hal tersebut memang baik bagi dirinya dan baik bagi orang lain. Ia sadar secara kritis dan rasional bahwa ia memang sepatasnya bertindak seperti itu. Atau sebaliknya, kalau ia akhirnya bertindak tidak sesuai dengan nilai norma moral tertentu, itu dilakukan karena alasan-alasan tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan secara moral dan bukan karena sekadar ikut-ikutan atau mau beda. Dengan kata lain, etika sebagai ilmu menuntut orang untuk berperilaku moral secara kritis dan rasional. Dengan menggunakan bahasa Nietzsche, etika sebagai ilmu menghibur orang untuk memiliki moralitas tuan dan bukan moralitas hamba.


Menurut K. Bertens dalam buku Pengantar Etika Bisnis (2000:32-33) merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian, yaitu:

Pertama, etika sebagai praktek yakni nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dirapatkan atau justru tidak dirapatkan walau semestinya dirapatkan, dapat dikatakan juga adalah apa yang dilakukan sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral.

Kedua, etika sebagai refleksi yakni pemikiran moral, yang menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang.

Ketiga, etika sebagai cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia.

Menurut Ahmad Amin memberikan batasan bahwa etika atau akhlak, adalah ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya. Menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.

(yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarkan; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

[179] Bermuamalah ialah seperti berjualanbeli, hutang piutang, atau sewa menyewa dan sebagainya.


III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbisnis Dalam Era Global

Suatu konsep mengatakan bahwa konteks bisnis tidak dapat terlepas dari serangkaian kegiatan atau aktivitas produksi, pembelian, penjualan maupun pertukaran barang dan jasa yang mana melibatkan orang atau perusahaan. Bisnis dimaksud diarahkan bagaimana dapat menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan bisnisman tersebut.

Kemajuan luar biasa teknologi dan informasi memberikan peran signifikan dalam kegiatan bisnis, terutama globalisasi dan teknologi telah mendorong seleksi alamiah yang mengarahkan kepada “siapa yang terkuat pasti yang akan bertahan” karena pada dasarnya keberhasilan bisnis dalam pasar akan didapat oleh pelaku bisnis yang dapat menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan saat ini, yakni mereka yang mampu memberikan apa yang menjadi permintaan pasar dan siap dibeli orang.

Baik sebagai individu, bisnis, kota, bahkan seluruh negara harus menemukan cara menghasilkan nilai yang dapat dipasarkan (marketable value) yaitu barang dan jasa yang menarik minat beli orang.

Keterkaitan Sinergi Antara Keuntungan Dan Etika Bisnis

Kepentingan utama bisnis adalah menghasilkan keuntungan maksimal bagi shareholders namun etika yaitu sikap baik dan sopan juga sangatlah diperlukan.

Menurut Doug Lenrick dan Fred Kiel, 2005 (dalam Itpin, 2006) penulis buku Moral Intelligence, berargumen bahwa “Perusahaan-perusahaan yang memiliki pemimpin yang menerapkan standar etika dan moral yang tinggi terbukti lebih sukses dalam jangka panjang”.


Pentingnya Etika Dalam Dalam Dunia Bisnis

Perubahan perdagangan dunia yang kian mengglobal, menuntut segera adanya pembentukan etika bisnis agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik karena pada umumnya nampak didalam kegiatan bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghasilkan segala cara baik itu tindakan berbual kriminal sekalipun akan ditempuh untuk mencapai tujuan tujuan. Terjadinya tindakan tercela dalam serangkaian kegiatan bisnis makin hari kian meningkat ini dapat dilihat dengan kerapnya melakukan tindakan mark-up, ingkar janji, tidak mengindahkan masyarakat, tidak memperhatikan sumber daya alam maupun berbagai tindakan negatif antara lain kolusi dan suap merupakan segelintir contoh pengabaian para pelaku usaha terhadap etika bisnis tersebut.

Tata hubungan yang erat antara bisnis dan masyarakat yang tidak terpisahkan itu membawa serta etika-etika tertentu dalam tindakan bisnisnya, baik itu antara sesama pelaku bisnis maupun etika bisnis terhadap masyarakat dalam hubungannya langsung maupun tidak langsung. Prinsip-prinsip etika bisnis terwujud dalam satu pola hubungan
yang bersifat interaktif. Hubungan ini tidak hanya dalam satu negara, tetapi meliputi berbagai negara yang terintegrasikan dalam hubungan perdagangan dunia yang nuansanya kini telah berubah seiring dengan dengan kemajuan sektor dunia bisnis.

Pentingnya etika bisnis berlaku untuk kedua perspektif, baik lingkup makro maupun mikro yaitu sebagai berikut:
1. Perspektif Makro
Pertumbuhan suatu negara tergantung pada market system yang berperan lebih efektif dan efisien daripada command system dalam mengelokasikan barang dan jasa. Jika salah satu subsistem dalam market system melakukan tindakan atau perilaku yang kurang atau tidak etis, maka hal ini pula akan dapat mempengaruhi keseimbangan sistem dan bahkan akan dapat menghambat pertumbuhan sistem dimaksud secara makro.

2. Perspektif Bisnis Mikro
Dalam lingkup ini perilaku etik identik dengan kepercayaan atau trust. Dalam lingkup mikro terdapat rantai relasi di mana supplier, perusahaan, konsumen, dan karyawan saling berhubungan kegiatan bisnis yang akan berpengaruh pada lingkup makro. Tiap mata rantai penting diperhatikan untuk selalu menjaga etika, sehingga kepercayaan yang mendasari hubungan bisnis dapat terjaga dan berlanjut.

Standar moral merupakan tolok ukur etika bisnis, dimensi etik merupakan dasar kajian dalam pengambilan suatu keputusan bisnis. Etika bisnis akan cenderung memfokuskan pada etika terapan daripada etika normatif. Dua prinsip yang digunakan sebagai acuan dimensi etik dalam pengambilan keputusan, yakni:
1. Prinsip konsekuensi
   (Principle of Consequentialist)
Adalah konsep etika yang berfokus kepada konsekuensi dari tindakan pengambilan suatu keputusan, artinya bahwa keputusan dimiliki etik atau tidaknya berdasarkan dampak atau konsekuensi dari keputusan tersebut.

2. Prinsip tidak konsekuensi
   (Priniple of Non CONSEQUENTIALIST)
Adalah serangkaian peraturan yang diterapkan sebagai petunjuk atau panduan pengambilan keputusan etik yang berdasar pada bukan akibat, yang akan dapat mengakibatkan antara lain:
   a. Prinsip Hak, merupakan bagian dasar dari martabat manusia untuk menerima akibat dari suatu tindakan yang berkaitan dengan apa yang telah dilakukan, menyamin hak asasi manusia yang berhubungan dengan kewajiban untuk tidak saling melanggar hak orang lain.
   b. Prinsip Keedilan, biasanya prinsip ini akan terkait dengan suatu hak, kejadian, dan kesamaan yang dibagi menjadi 3 jenis yakni:
      1. Keedilan distributive
         Yaitu suatu keedilan yang menyatakan alokasi benefit dan beban antara kelompok sesuai dengan kontribusi yang diberikan baik berupa tenaga dan pikiran terhadap benefit. Benefit biasanya berupa pendapatan, pekerjaan, kesejahteraan, pendidikan dan waktu luang dengan konsekuensi beban yang terdiri daritugas, kerja, pajak dan kewajiban sosial.

      2. Keedilan retributive
         Yaitu suatu keedilan yang terkait dengan retribusi berupa ganti rugi dan hukuman atas suatu kesalahan tindakan, dimana sesorang atau individu akan terkena tanggung jawabnya atas konsekuensi negatif dari tindakan yang dilakukannya kecuali jika tindakan tersebut dilakukan atas adanya paksan atau keadaan tekanan dan ancaman dari pihak lain.

   3. Keedilan Kompensatoris
      Yaitu suatu keedilan yang erat kaitannya dengan kompensasi bagi pihak yang dirugikan, kompensasi yang diterima dapat berupa perlakuan medis, pelajaran atau barang penebus kerugian. Masalah akan dapat terjadi apabila suatu kompensasi yang dimaksud tidak dapat menebus dan memenuhi dari kerugian yang dimaksud sebagai contoh kehilangan nyawa manusia tidak akan terebus dengan kompensasi fisik karena tidak akan dapat mengembalikan makna hak dari
objek kerugiannya yakni hak untuk hidup.

Hal-hal yang harus diperhatikan juga dalam menciptakan etika bisnis Menurut Dalimunte (2004) dalam menciptakan etika bisnis, menganjurkan untuk memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengendalian diri (Self Control), artinya bahwa pelaku-pelaku bisnis mampu mengendalikan diri mereka masing-masing untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Disamping itu pelaku bisnis sendiri tidak mendapatkan keuntungan dengan cara atau tindakan main curang atau memanfaatkan pihak lain dengan menggunakan keuntungan tersebut, meskipun keuntungan yang diperoleh tersebut merupakan hak bagi pelaku bisnis, tetapi penggunaan mereka juga harus memperhatikan kondisi masyarakat sekitarnya, inilah etika bisnis yang etik.

2. Pengembangan tanggung jawab sosial (Social Responsibility), Pelaku bisnis dituntut secara moral untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk uang dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks, artinya sebagai suatu contoh kesempatan yang dimiliki oleh pelaku bisnis untuk menjual pada tingkat harga kisaran tinggi sewaktu terjadi kondisi excess demand harus dapat menjadi perhatian dan kepedulian bagi pelaku bisnis dengan tidak memanfaatkan kondisi ataupun keadaan yang merupakan kesempatannya untuk dapat merasuk atau mendapat keuntungan yang berlipat ganda. Oleh karena itu pelaku bisnis dalam keadaan ini (excess demand) harus dapat mengembangkan pola dan memanfaatkan sikap toleransi dan tanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya, tanggung jawab sosial bisa dalam bentuk kepedulian terhadap sesama masyarakat disekitarnya terutama dalam hal pendidikan, kesehatan, pemberian latihan keterampilan dan lain-lain.

3. Mempertahankan jati diri, tidak mudah mempertahankan jati diri dan tidak terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi yang merupakan bagian dari usaha menciptakan etika bisnis, namun tidak berarti etika bisnis anti perkembangan informasi dan teknologi, akan tetapi justru harus dikembangkan atau dimanfaatkan untuk meningkatkan kepedulian bagi golongan yang lemah dan tidak kehilangan budaya yang dimiliki akibat adanya transformasi informasi dan teknologi tersebut.

4. Menciptakan persaingan yang sehat, jika dipahami bahwa persaingan dalam dunia usaha/bisnis perlu untuk meningkatkan efisiensi serta kualitas, namun persaingan tidak mematikan yang lemah, dan sebaliknya harus terdapat jalinan erat antara pelaku bisnis besar dan golongan menengah kebawah, sehingga dalam perkembangannya perusahaan besar dapat memberikan Spread Effect terhadap perkembangan sekitarnya.

5. Menerapkan suatu konsep “Pembangunan Berkelanjutan”, bisnis yang panjang akan memperhatikan keuntungan yang berimbang dan tidak hanya memikirkan keuntungan hanya pada saat sekarang saja. Sesungguhnya bisnis yang ekatan adalah dapat meng-eksploitasi lingkungan secara maksimal mungkin dengan upaya selalu mempertimbangkan lingkungan dan keadaan dimasa yang akan datang, walaupun masa saat sekarang adalah merupakan kesempatan untuk memperoleh secara maksimal keuntungan yang dapat diperoleh.

6. Menghindari sifat 5K (Katakalse, Kongkakong, Konesis, Kolusi, dan Komisi), apabila pelaku bisnis sudah mampu menghindari sikap ini maka kita akan yakin tidak akan terjadi apa yang dinamakan korupsi, manipulasi dan segala bentuk kecurangan dalam dunia bisnis ataupun kasus pencemaran nama bangs dan negara.

7. Mampu menyatakan yang benar itu benar, menegakkan prinsip dan menyadari akan kekurangan yang dimiliki suatu bisnis adalah tidak mudah karena proses terjalinya suatu komunikasi bisnis kadang mengharuskan tindakan yang menyimpang merupakan bagian dari mempermudah bisnis, tergantung pada bagaimana menggunakan sebagai sarana yang jujur dan tidak main belakang dengan menghalalkan koneksi dan
katabelece serta kongkalikong dalam hal yang salah dan merugikan pihak terkait.

8. Menumbuhkan sikap saling percaya antar golongan pengusaha, menciptakan kondisi yang kondusif harus dengan sikap saling percaya (trust) antara yang kuat dan lemah, sehingga yang lemah akan dapat berkembang bersama dengan pengusaha yang besar dan sudah mapan karena selama ini terkoniota bisnis yang besar akan menekan bisnis kecil dan lemah hingga tidak dapat berkembang.

9. Konsekuen dan konsisten dengan aturan main bersama, semua konsep bisnis yang telah telah ditetapkan tidak akan dapat terlaksana jika tidak konsekuen dan konsisten dengan etika tersebut, sementara itu ada oknum baik pengusaha maupun pihak lain mencoba untuk melakukan kecurangan demi kepentingan pribadi hal ini akan menggugurkan etika dalam berbisnis dan seharusnya ini tidak dilakukan serta tidak ada toleransi akanya.

10. Memelihara satu kesepakatan, menumbuhkembangkan nilai kesadaran dan rasa memiliki serta memelihara kesepakatan tersebut terhadap apa yang telah disepakati adalah suatu cara dan langkah positif untuk menciptakan etika bisnis dan jika hal tersebut dapat dilaksanakan dan dimiliki oleh semua pihak akan memberikan rasa ketentraman dan kenyamanan dan berbisnis.

11. Menuangkan ke dalam hukum positif, perlunya etika bisnis dituangkan dalam hukum positif menjadi peraturan perundang-undangan, dimaksudkkan untuk menjamin adanya kepastian hukum dari etika bisnis seperti halnya protesksi atau suatu perlindungan umum terhadap pengusaha lemah. Sangat diharapkan dalam dunia bisnis adanya moral dan etika bisnis terutama semakin pesatnya perkembangan bisnis yang kian mengglobal dan kompetitif.

**Business Ethics : Merupakan Suatu Kategori Global**

Masalah etika dalam bisnis global dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori, yakni:

**Suap (Bribery),** adalah tindakan tidak berupa menawarkan, memberi, menerima, atau meminta sesuatu yang berharga dengan tujuan mempengaruhi tindakan seseorang dalam menjalankan kewajiban publik, yang dimaksudkkan memanipulasi seseorang dengan membeli pengaruh yang dilakukan dengan membagi keuntungan atau barang maupun pembayaran untuk setelah transaksi terlaksana.

**Paksan (Coercion),** adalah tekanan, batasan, dorongan dengan paksa atau dengan tindakan berupa ancaman kepada seseorang individu maupun kelompok dengan cara antara lain mempersulit suatu keadaan yang tidak semestinya.

**Penipuan (Deception),** adalah tindakan memperdaya, menyatakan yang dilakukan secara sengaja dengan mengucapkan atau melakukan kebohongan.

**Pencurian (Theft),** Adalah merupakan tindakan mengambil sesuatu yang bukan haknya atau mengambil property (fisik atau konseptual) milik orang lain tanpa adanya persetujuan dari pemiliknya.

**Diskriminasi tidak jelas (Unfair Discrimination),** adalah suatu perlakuan tidak adil ataupun suatu tindakan penolakan terhadap orang-orang tertentu yang disebabkan oleh ras, jenis kelamin, kewarganegaraan, atau agama, dimana halnya merupakan suatu kegagalan untuk memperlakukan semua individu dengan kesetaraan tanpa adanya suatu perbedaan yang beralasan antara mereka yang disukai dan tidak disukai.

**Membangun Bisnis Ber-Etika**

Bisnis (business) sebagaimana dimaksudkkan merupakan bagian suatu kegiatan ekonomi individu maupun kelompok dalam masyarakat struktur modern yang melakukan kegiatan atau aktivitasnya dalam lingkup mikro maupun makro akan selalu berhubungan dengan apa yang dinamakan untung dan rugi namun persepsi untung dan rugi dimaksudkan adalah sejauhmana segala tindakan bisnis menentuh garis kewajaran, kejujuran dan keadilan bagi masyarakat sekitarnya sebagai konsumen.

Etika berbisnis dipandang selalu dapat berbenturan dengan maksud dan tindakan bisnis yang cenderung melanggar dan menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, sedangkan etika
memandang suatu tindakan tidak boleh melanggar hak-hak dan ketentuan moral yang berlaku bagi seluruh aktivitas masyarakat dalam suatu tatanan kehidupan sosial dan ekonomi.

Tindakan apa pun untuk tujuan apapun dan dalam bentuk apapun akan dianggap melanggar etika jika pada penerapannya menjangkau segi-segi negatif termasuk diantaranya aksi suap, koneksi, kolusi bahkan komisi yang tentu diantaranya merupakan aturan normatif dan budaya bagi sebagian bisnis dan perilaku normal bagi dunia bisnis.

Dipastikan dewasa ini konsumen bangkit secara cerdas dapat menilai serangkaian bisnis dan kejadian mereka pengaruh penilaian etik dan moral, sesuatu yang bisnis akan ketahuan lama apabila sudah terindikasi dipastikan telah bertindak tidak etis, sedangkan bisnis yang jujur dan wajar secara tindakan serta menerapkan keadilan etis dalam penerapan bisnisnya cenderung akan mendapat simpatik dan dukungan dari masyarakat sekitar selaku konsumen. Karena jalan mereka rodanya usaha / bisnis akan tergantung seberapa jauh dukungan dapat diperolehnya.

Karakteristik bisnis dalam sklasnya memiliki beberapa keutamaan sebagai ciri yang menandai pebisnis yang beretika, yaitu : menurut Robert C. Solomon (K. Bertens, 2000:75)

1. Kejujuran (sincerity)

Dikatakan sebagai keutamaan yang paling utama harus dimiliki dan dijunjung tinggi oleh pelaku bisnis, orang yang mempunyai keutamaan kejujuran tidak akan melakukan tindakan kebocoran atau menipu dalam segala jenis transaksi bisnisnya meskipun hal tersebut mudah untuk dilakukan. Ingat bahwa keutamaan kejujuran mendorong seorang pebisnis menunjukkan relasi, mitra dan sekuturnya dalam rangka mendapatkan kepuasan berupa keuntungan semata meskipun itu kecil miliknya akan berdampak sangat besar. Kejujuran menunjut keterbukaan dan bersedia memberikan keterangan dalam kebenaran, agama Islam memerintahkan pula kepada umat manusia untuk berprilaku jujur dalam berbisnis (surat Al-Baqarah-282).

2. Kewajaran (fairness)

Sikap wajar atau upaya untuk memperbaiki apa yang wajar kepada setiap orang masyarakat adalah apa yang wajar dan bisa disetujui oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu transaksi.

3. Kepercayaan (trust)

Kepercayaan harus dapat ditempatkan dalam hubungan atau relasi timbal balik, pelaku bisnis yang memiliki keutamaan ini dapat mengandalkan bahwa mitranya memiliki keutamaan yang sama pula, karena pebisnis keterak terdapat dari pengalaman bahwa mitranya tersebut pantas diberikan kepercayaan atau bersifat bonafide sebagaimana dirinya terhadap mereka.

4. Keuletan (resilient/toughness)

Seorang pebisnis harus tangguh dalam setiap situasi dalam kondisi yang paling sulit sekalipun. Harus sanggup menghadapi negosiasi yang kerapai, rumit dan seru tentant prospek bisnis dalam proyek atau transaksi yang bernilai besar. Juga harus berani mengambil resiko kecil ataupun besar, karena perkembangan banyak faktor yang tidak dapat dipastikan bahkan hanya dapat diramalkan sebelumnya.

Serangkaian kegiatan-kegiatan dan keutamaan diatas akan menentukan kita sebagai pebisnis kecil maupun besar untuk selalu bertindak etis dan memperhatikan nilai moral dalam masyarakat, sebagai konsekuensi apabila ingin mendapatkan dukungan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan memperpanjang umur bisnis hingga pada kadar yang tidak memungkinkan bisnis tersebut dapat bertahan, namun yakin bahwa bisnis yang beretika akan sukses dalam jangka waktu yang panjang.

Study Kasus

PT. Group Central Cipta Murdya (CCM) merupakan perusahaan sepatu merk Nike yang terletak di kawasan Pasar Kemis, Tangerang. PT. Group CCM merupakan milik pengusaha terkenal Sri Hartati Murdya yang menduduki urutan 16 orang terkaya versi majalah Forbes 2006 dengan kekayaan US$ 430 juta (Rp 3.8 triliun) yang sedang mengalami konflik karena telah diduga melanggar aturan kepabeanan. Beberapa kontainer milik perusahaan Sri

Dari perhitungan awal, potensi kerugian memang hanya Rp. 612 juta. Tapi, menurut Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2006 tentang Kepabeanan, perusahaan itu bisa terkena denda maksimal 1.000 persen atau 10 kali lipat dari total bea masuk yang belum dibayar".


**Implikasi Kasus**

Pelanggaran etika dan bisnis dalam kasus ini yakni upaya manipulatif pajak keluar masuk barang melalui bea dan cukai mungkin saja pernah dilakukan mengingat besarnya angka yang harus disetorkan kepada kas Negara yang apabila tidak dilakukan dengan semestinya akan membuat sebagian orang (oknum) yang terlibat dalam kasus ini akan diuntungkan dengan tindakannya (korupsi, kolusi, dan nepotisme) yakni memperkaya diri sendiri, dampaknya terlihat bahwa banyak orang yang menjadi korban (ealon PHK) dan kerugian kas Negara (pendapatan Pajak) akibat tindakan segelintir orang (oknum) yang jelas tidak bertanggung jawab.

### IV. KESIMPULAN

Bisnis sebagai bagian kehidupan ekonomi masyarakat pada awalnya berperan sebagai sarana dalam pemenuhan kebutuhan akan barang dan jasa, sejalan dengan perkembangannya maka bisnis mengorientasikan diri kepada hal yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik namun beranek kepada pencapaian tingkat kepuasan bagi perusahaan berupa keuntungan atau laba (profit).

Bisnis global menuntut peranan etika dalam interaksinya, mengingat suatu tindakan dalam kegiatan bisnis akan diterima dengan kepedulian sosial ekonomi (economic social concerned) dimana masyarakat konsumen sebagai objek dalam kegiatan ekonomi suatu kegiatan bisnis itu sendiri memiliki andil yang besar memajukan bisnis atau usaha.

Pandangan etika dalam bisnis merupakan panduan normatif bagi suatu bisnis yang tidak hanya mendahului keuntungan diatas segalanya, namun tetap memperhatikan hubungan interaktif sosial ekonomi sebagai satu bagian yang tidak terpisahkan termasuk didalamnya kajian agama akan mentolerir segala kegiatan operasi bisnis yang berada, jujur dan wajar dalam mengejar manfaat dan makna bisnis itu sendiri (tujuan bisnis).

Dewasa ini bisnis yang tidak memperhatikan masalah etika dan moralitas dalam tindakan operasinya, akan banyak ditinggalkan karena keberadaan terhadap manusia secara individu sebagai konsumen dan objek bisnis secara moral adalah merupakan bagian dari bisnis itu sendiri dimana mereka yang dimaksudkan sebagai masyarakat sosial dan ekonomi adalah bagian yang tidak terpisahkan memiliki andil yang besar memajukan bisnis/usaha dan mempengaruhi kualitas pelayanan serta kelangsungan bisnis atau usaha dimasa yang akan datang. Kuncinya Membangun Etika dan Moral Dalam Bisnis Global. Red: “SUG”

### DAFTAR PUSTAKA


