

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, buy, 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 unrealized. Regubrly 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

Bisnis merupakan salah satu fenomena yang terjadi dalam siklus kebutuhan manusia akan adanya interaksi untuk memenuhi hasrat dan keinginan terhadap faktor-faktor kegiatan ekonomi manusia itu sendiri. Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Yang tidak terlepas dari aktivitas atau kegiatan produksi, pembelian, tukar-menukar, jual-beli, memasarkan, bekerja-mempekerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya, dengan maksud memperoleh keuntungan atau laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan pelaku bisnis (*businessman*) itu sendiri. Etika bisnis adalah standar-standar nilai yang menjadi pedoman atau acuan bagi manajer dan segenap karyawan dalam pengambilan keputusan dan mengoperasikan bisnis yang etik. Paradigma etika dan bisnis adalah dunia yang berbeda sudah saatnya dirubah menjadi paradigma etika terkait dengan bisnis atau mensinergikan antara etika dengan laba. Dengan tetap mengakui sentral dari sudut pandang ekonomis dalam bisnis, perlu segera ditambahkan adanya sudut pandang lain lagi yang tidak boleh diabaikan, yaitu sudut pandang moral. Bisnis yang baik (*good business*) bukan saja bisnis yang menguntungkan. Bisnis yang baik adalah juga bisnis yang baik secara etik dan moral terutama memasuki prospek bisnis global

Kata Kunci: Etika, Moral, Bisnis Global.

I. PENDAHULUAN

Dalam struktur masyarakat modern segala kegiatan akan pemenuhan 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 ataukah 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 sebab ia adalah merupakan pula faktor penentu kesuksesan suatu bisnis, dikatakan kunci utama kesuksesan adalah reputasinya sebagai pengusaha yang memegang teguh integritas dan kepercayaan pihak lain. Maka dapatlah dipastikan bahwa bisnis yang berorientasi dalam etika dan moral akan menjamin 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 bagaimanakah 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 diadakan 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 Prancis *Etiquette* yang berarti tata cara pergaulan yang baik antara sesama manusia. Sedangkan etika berasal dari bahasa latin yang berarti falsafah moral dan merupakan cara hidup yang benar dilihat 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) (Rindjin, 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 perilaku. 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 azas atau nilai yang berkenaan 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 diinstitutionalisasi 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 filsafat 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 mengharap 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 (oleh 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 menghimbau orang untuk memiliki moralitas tuan dan bukan moralitas hamba.

Menurut Tim Penulis Rasda Karya 1995, etika (*ethics*) yang berasal dari bahasa Yunani *ethikos* mempunyai beragam makna : *Pertama* sebagai analisis konsep-konsep mengenai apa yang harus, mesti lugas. Aturan-aturan moral, benar, salah, wajib, tanggung jawab. *Kedua* pencairan ke dalam watak moralitas atau tindakan-tindakan moral. *Ketiga* pencairan kehidupan yang baik secara moral.

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

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

Definisi bisnis dan etika menurut pandangan budaya agama Islam. Kata bisnis dalam Al-Qur'an yaitu al-tijarah dan dalam bahasa Arab *tijarah* berawal dari kata dasar t-j-r, *tajara*, *tajran wa tijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. At-tijaratun walmunjar yaitu perdagangan, perniagaan (menurut kamus al-munawwir). Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam al-mufradat fi gharib Al-Qur'an. At-Tijarah bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Sedangkan menurut Ibnu Farabi yang dikutip ar-Raghib, *fulanun tajrun bi kadza*. Berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya, yang terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-baqarah ayat 282 :

" *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah [179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya, dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar, dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan*

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

[179] Bermuamalah ialah seperti berjualbeli, utang piutang, atau sewa menyewa dan sebagainya.

Bisnis (*Business*) yang dimaksudkan menurut Munir Fuady (Pengantar Hukum Bisnis, 2005:2) adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa, (Abdurrachman, 1991:150) dengan menempatkan uang dari para entrepreneur dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan (Friedman, Jack P. 1987:66).

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 bisnisan tersebut.

Kemajuan luar biasa teknologi dan informasi memberikan peran signifikan dalam kegiatan bisnis, ternyata 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 Lennick 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”.

Hal yang sama juga dikemukakan miliuner Jon M Huntsman, 2005 (dalam Itpin, 2006) dalam buku *Winners Never Cheat*, dikatakan kunci utama kesuksesan adalah reputasinya sebagai pengusaha yang memegang teguh integritas dan kepercayaan pihak lain.

Rukmana (2004) menilai praktik bisnis yang dijalankan selama ini masih cenderung mengabaikan etika, rasa keadilan dan kerap kali diwarnai praktik-praktik bisnis yang tidak terpuji atau *moral hazard*

Baswir (2004) berpendapat bahwa pembicaraan mengenai etika dan moral bisnis sesungguhnya tidak terlalu relevan bagi Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa berbisnis sama artinya dengan menyiasati hukum

Pentingnya Etika Dalam Dunia Bisnis

Perubahan perdagangan dunia yang kian mengglobal, menuntut segera adanya pembenahan etika bisnis agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik karena pada umumnya nampak didalam kegiatan bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara baik itu tindakan berbau kriminal sekalipun akan ditempuh untuk mencapai suatu 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 terintegrasi dalam hubungan perdagangan dunia yang nuansanya kini telah berubah seiring 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 mengalokasikan 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 dampaknya untuk selalu menjaga etika, sehingga kepercayaan yang mendasari hubungan bisnis dapat terjaga dengan baik.

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 dinilai etik atau tidaknya berdasarkan dampak atau konsekuensi dari keputusan tersebut.

2. Prinsip tidak konsekuensi

(Principle of Nonconsequentialist)

Adalah serangkaian peraturan yang diterapkan sebagai petunjuk ataupun 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 dilakukannya, menjamin hak asasi manusia yang berhubungan dengan kewajiban untuk tidak saling melanggar hak orang lain.
- b. Prinsip Keadilan, biasanya prinsip ini akan terkait dengan isu hak, kejujuran dan kesamaan yang dibagi menjadi 3 jenis yakni:

1. *Keadilan distributive*

Yaitu suatu keadilan yang sifatnya menyeimbangkan 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 dari tugas kerja, pajak dan kewajiban sosial.

2. *Keadilan retributive*

Yaitu suatu keadilan yang terkait dengan retribusi berupa ganti rugi dan hukuman atas suatu kesalahan tindakan, dimana seseorang atau individu akan terkena tanggung jawabnya atas konsekuensi negatif dari tindakan yang dilakukannya kecuali jika tindakan tersebut dilakukannya atas adanya paksaan ataupun tekanan dan ancaman dari pihak lain.

3. *Keadilan Kompensatoris*

Yaitu suatu keadilan yang erat kaitannya dengan kompensasi bagi pihak yang dirugikan, kompensasi yang diterima dapat berupa perlakuan medis, pelayanan dan 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 tertebus 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 ataupun tindakan main curang atau memakan pihak lain dengan menggunakan keuntungan tersebut, meskipun keuntungan yang diperoleh tersebut merupakan hak bagi pelaku bisnis, tetapi penggunaannya 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 meraup atau mendapat keuntungan yang berlipat ganda. Oleh karena itu pelaku bisnis dalam keadaan ini (*excess demand*) harus dapat mengembangkan pola dan memanasikan 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 cekatan 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 (*Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, 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 bangsa dan negara.
7. Mampu menyatakan yang benar itu benar, menegakkan prinsip dan menyadari akan kekurangan yang dimiliki suatu bisnis adalah tidak mudah karena proses terjalannya suatu komunikasi bisnis kadang mengharuskan tindakan yang menyimpang merupakan bagian dari mempermudah bisnis, tergantung pada bagaimana menggunakannya 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 terkonotasi 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 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 akannya.
 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 dalam berbisnis.
 11. Menuangkan ke dalam hukum positif, perlunya etika bisnis dituangkan dalam hukum positif menjadi peraturan perundang-undangan, dimaksudkan untuk menjamin adanya kepastian hukum dari etika bisnis seperti halnya proteksi 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 dimaksudkan memanipulasi seseorang dengan membeli pengaruh yang dilakukan dengan membayar sejumlah uang atau barang maupun pembayaran kembali setelah transaksi terlaksana.

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

Penipuan (*Deception*), adalah tindakan memperdaya, menyesatkan 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 dimaksudkan 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 menyentuh 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 apapun 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 kegiatannya mempengaruhi penilaian etik dan moral, sesungguhnya bisnis akan tidak bertahan lama apabila sudah terindikasi dipastikan telah bertindak tidak etis, sedangkan bisnis yang jujur dan wajar secara tindakan serta menerapkan kaidah etis dalam penerapan bisnisnya cenderung akan mendapat simpatik dan dukungan dari masyarakat sekitar selaku konsumen. Karena jalannya roda usaha / bisnis akan tergantung seberapa jauh dukungan dapat diperolehnya.

Karakteristik bisnis dalam siklusnya 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 kebohongan atau menipu dalam segala jenis transaksi bisnisnya meskipun hal tersebut mudah untuk dilakukannya. Ingat bahwasanya keutamaan kejujuran melarang seorang pebisnis menipu kolega, relasi, mitra dan sekitarnya dalam rangka mendapatkan kepuasan berupa keuntungan semata meskipun itu kecil nilainya akan berdampak sangat besar. Kejujuran menuntut keterbukaan dan bersedia memberikan keterangan dalam kebenaran, agama Islam memerintahkan pula kepada umat manusia untuk berperilaku jujur dalam berbisnis (surat Al-Baqarah-282).

2. **Kewajaran** (*fairness*)

Sikap wajar ataupun kesediaan untuk memberikan apa yang wajar kepada setiap orang maksudnya 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 mengandaikan bahwa mitranya memiliki keutamaan yang sama pula, karena pebisnis kriteria dimaksud bertolak dari pengandaian 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 mengadakan negosiasi yang terkadang rumit dan seru tentang 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 menuntun 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 Murdaya (CCM) merupakan perusahaan sepatu merk Nike yang terletak di kawasan Pasar Kemis, Tangerang. PT. Group CCM merupakan milik pengusaha terkenal Sri Hartati Murdaya yang menduduki urutan 16 orang terkaya versi majalah Forber 2006 dengan kekayaan US\$ 430 juta (Rp 3.8 triliun) yang sedang mengalami konflik karena telah diduga melanggar aturan kepabeanaan. Beberapa kontainer milik perusahaan Sri

Hartati murdaya berisi sekitar 6.500 pasang disita aparat Bea dan Cukai pada akhir maret 2006. Akibat peristiwa tersebut perusahaan milik Sri Hartati Murdaya tersebut mengalami kerugian sebesar Rp. 10 miliar. Bos Group CCM ini tidak ingin penyitaan kontainernya terungkap di media massa dengan alasan takut para pemesan produk sepatunya di Luar Negeri akan menghentikan pesannya. Karena akan mengurangi pemasukannya hampir Rp.1 triliun dari sepuluh juta pasang sepatu yang di ekspornya tiap tahun.

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”**. Itu berarti, perusahaan milik Sri Hartati Murdaya tersebut akan besar kemungkinan harus membayar denda sedikitnya Rp. 6 miliar. Dalam mengekspos Sri Hartati Murdaya tidak mengalami kesulitan tertentu, karena ada campur tangan orang dalam pemerintah (indikasi tindakan KKN). Akibat kasus Nike ini ribuan karyawan mengalami nasib yang tidak jelas. Banyak cara sudah mereka tempuh namun pihak perusahaan menyatakan tidak akan mem-PHK karyawannya. Akan tetapi sampai sekarang kasusnya tidak ada akhir yang jelas, begitu pula dengan karyawannya.

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 (calon 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 beranjak 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 social 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 mendahulukan keuntungan diatas segalanya, namun tetap memperhatikan hubungan interaktif sosial ekonomi sebagai satu bagian yang tidak terpisahkan termasuk didalamnya kajian agama akan mentoleril segala kegiatan operasi bisnis yang beradab, 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 keberadaban terhadap manusia secara individu sebagai konsumen dan objek bisnis secara moral adalah merupakan bagian dari bisnis itu sendiri dimana mereka yang dimaksudkan sebagai masyakat 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

- Baswir, Revrison. 2004. *Etika Bisnis*. Kompas Senin, 08 Maret 2004. Jakarta: PT Gramedia.

- Dalimunthe, Rita F. 2004. *Etika Bisnis*. Website Google: *Etika Bisnis dan Pengembangan Iptek*.
- Doug Lennick dan Fred Kiel. 2005 (dalam Itpin, 2006). *Moral Intelligence*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fuad M, H Christine. 2003. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fuady, Munir. 2005. *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- New Jersey: Prentice Hall. Edisi ke-2 hal.99-116.
- Rindjin, Ketut. 2004. *Etika Bisnis dan Implementasinya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rukmana. 2004. *Etika Bisnis-Prinsip Ekonomi Syariah*. Makalah Disajikan pada Seminar “*Etika Bisnis-Pandangan Islam*” yang diselenggarakan oleh Ikatan sarjana Ekonomi Indonesia Cabang Bandung, sabtu 6 Maret 2004.
- John, Boatright. 1993. *Ethics and the Conduct of Business*. New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice Hall, hal. 91-125.
- Jon M Huntsman. 2005. (dalam Itpin, 2006), *Winners Never Cheat*, MQ.S Publishing.
- K. Bertens. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Manuel Velasquez. 1988. *Business Ethics: Concept and Cases*. Englewood Cliffs.
- Suseno, Frans Magnis. 1987. *Etika Dasar. Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tim Penulis Rasda Karya. 1995. *Pengantar Etika*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. (<http://hmdwibowo.blogspot.com>)