

Dr Endang Ruswanti dan Shellaryana

Latar Belakang

Akhir-akhir ini makin banyak dibicarakan perlunya pengaturan tentang perilaku bisnis terutama menjelang mekanisme pasar bebas. Dalam mekanisme pasar bebas diberi kebebasan luas kepada pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan dan mengembangkan diri dalam pembangunan ekonomi. Disini pula pelaku bisnis dibiarkan bersaing untuk berkembang mengikuti mekanisme pasar. Tumbuhnya perusahaan-perusahaan besar berupa grup-grup bisnis raksasa yang memproduksi barang dan jasa melalui anak-anak perusahaannya yang menguasai pangsa pasar yang secara luas menimbulkan kekhawatiran bagi masyarakat banyak, khususnya pengusaha menengah ke bawah. Kekhawatiran tersebut menimbulkan kecurigaan telah terjadinya suatu perbuatan tidak wajar dalam pengelolaan bisnis mereka dan berdampak sangat merugikan perusahaan lain.

Dalam persaingan antar perusahaan terutama perusahaan besar dalam memperoleh keuntungan sering kali terjadi pelanggaran etika berbisnis, bahkan melanggar peraturan yang berlaku. Demikian pula sering terjadi perbuatan penyalahgunaan wewenang yang dilakukan pihak birokrat dalam mendukung usaha bisnis pengusaha besar atau pengusaha keluarga pejabat. Peluang-peluang yang diberikan pemerintah pada masa orde baru telah memberi kesempatan pada usaha-usaha tertentu untuk melakukan penguasaan pangsa pasar secara tidak wajar. Keadaan tersebut didukung oleh orientasi bisnis yang tidak hanya pada produk dan kosumen tetapi lebih menekankan pada persaingan sehingga etika bisnis tidak lagi diperhatikan dan akhirnya telah menjadi praktek monopoli, persengkongkolan dan sebagainya.

Ketika kita ingin memahami apa itu etika, sesungguhnya kita perlu membandingkannya dengan moralitas. Tapi perlu diingat bahwa bisa saja punya pengertian yang berbeda dengan moralitas. Secara teoritis, dapat dibedakan dua pengertian etika.

Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos* (ta etha) yang berarti 'adat istiadat' atau 'kebiasaan'. Ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya. Sedangkan moralitas berasal dari kata Latin *mos* (*mores*) yang juga berarti 'adat istiadat' atau 'kebiasaan'. Dengan demikian etika dan moralitas memberi petunjuk konkret tentang bagaimana manusia harus hidup secara baik sebagai manusia begitu saja, kendati petunjuk konkret itu bisa disalurkan melalui dan bersumber dari agama atau kebudayaan tertentu.

Kedua, etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Etika dapat dirumuskan sebagai refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma yang menyangkut manusia harus hidup baik sebagai manusia, dan mengenai masalah-masalah kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada nilai dan norma-norma moral yang umum diterima. Karena etika adalah refleksi kritis terhadap moralitas, maka etika tidak bermaksud membuat manusia bertindak sesuai dengan moralitas begitu saja.

RUMUSAN MASALAH

Apa Definisi Etika Bisnis ?

Apa saja yang menjadi sasaran dan ruang lingkup etika bisnis ?

Mengapa diperlukan Etika dalam berbisnis ?

Bagaimana peran dan manfaat etika bisnis bagi perusahaan ?

TUJUAN

Mengetahui definisi Etika Bisnis.

Mengetahui apa saja yang menjadi sasaran dan ruang lingkup etika bisnis.

Mengetahui mengapa diperlukan Etika dalam berbisnis.

Mengetahui peran dan manfaat etika bisnis bagi perusahaan.

A. Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa perancis Etiquette yang berarti kartu undangan, pada saat itu Raja-raja perancis sering mengundang para tamu dengan menggunakan kartu undangan. Dalam kartu undangan tercantum persyaratan atau ketentuan untuk menghadiri acara seperti waktu acara dan pakaian yang harus dikenakan.

Dalam arti luas etika adalah tata cara berhubungan dengan manusia lain. Etika sering disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dengan masyarakat. Tingkah laku perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yang berlaku di masyarakat, karena norma-norma atau kebiasaan masyarakat disetiap daerah negara berbeda-beda.

Etika bisnis adalah acuan bagi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usaha termasuk dalam berinteraksi dengan pemangku kepentingan (stakeholders).

Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. (Velasquez, 2005). Tidak dipungkiri, tindakan yang tidak etis yang dilakukan oleh perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat sehingga akan kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi dan lain sebagainya. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang menjunjung tinggi nilai etika bisnis, pada umumnya termasuk perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis. Misalnya diskriminasi dalam sistem jenjang karier.

B. Pentingnya Etika Bisnis

Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas stakeholder dalam membuat keputusan-keputusan perusahaan dan dalam memecahkan persoalan perusahaan. Hal ini disebabkan semua keputusan perusahaan sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh stakeholder. Stakeholder adalah semua individu atau kelompok yang berkepentingan dan berpengaruh pada keputusan-keputusan perusahaan. Siapa saja stakeholder perusahaan:

1. Para pengusaha dan mitra usaha
2. Petani dan perusahaan pemasok bahan baku
3. Organisasi pekerja yang mewakili pekerja
4. Pemerintah yang mengatur kelancaran aktivitas usaha
5. Bank penyanggah dana perusahaan
6. Investor penanam modal
7. Masyarakat umum yang dilayani
8. Pelanggan yang membeli produk.

C. Etika Dalam Wirausaha

Secara sederhana wirausaha (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.

Menurut Peter F. Drucker kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Maksudnya, bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

Dalam etika berwirausaha perlu ada ketentuan-ketentuan yang mengaturnya, yaitu:

1. Sikap dan perilaku seorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
2. Penampilan yang ditunjukkan seorang pengusaha harus selalu apik, sopan, terutama dalam menghadapi situasi atau acara-acara tertentu.
3. Cara berpakaian pengusaha juga harus sopan dan sesuai dengan tempat dan waktu yang berlaku.
4. Cara berbicara seorang pengusaha juga mencerminkan usahanya, sopan, penuh tata karma, tidak menyinggung atau mencela orang lain.
5. Gerak-gerik seorang pengusaha juga dapat menyenangkan orang lain, hindarkan gerak-gerik yang dapat mencurigakan.

Etika atau norma yang harus ada dalam benak dan jiwa setiap pengusaha adalah sebagai berikut:

1. Kejujuran

Seorang pengusaha harus selalu bersikap jujur baik dalam berbicara maupun bertindak. Jujur perlu agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang akan dilakukan. Tanpa kejujuran usaha tidak akan maju dan tidak dipercaya konsumen atau mitra kerjanya.

2. Bertanggung jawab

Pengusaha harus bertanggung jawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidang usahanya. Kawajiban terhadap berbagai pihak harus segera diselesaikan. Tanggung jawab tidak hanya terbatas pada kewajiban, tetapi juga kepada seluruh karyawannya, masyarakat, dan pemerintah.

3. Menepati janji

Pengusaha dituntut untuk selalu menepati janji, misalnya dalam hal pembayaran, pengiriman barang atau penggantian. Sekali saja seorang pengusaha ingkar janji, hilanglah kepercayaan pihak lain terhadapnya. Pengusaha juga harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya.

4. Disiplin

Pengusaha dituntut untuk selalu disiplin dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan usahanya, misalnya dalam hal waktu pembayaran atau pelaporan kegiatan usahanya.

5. Taat hukum

Pengusaha harus selalu patuh dan menaati hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan masyarakat ataupun pemerintah. Pelanggaran terhadap hukum dan peraturan yang telah dibuatkan berakibat fatal dikemudian hari. Bahkan, hal itu akan menjadi beban moral bagi pengusaha apabila tidak diselesaikan.

6. Suka membantu

Pengusaha secara moral harus sanggup membantu berbagai pihak yang memerlukan bantuan. Sikap ringan tangan ini dapat ditunjukkan kepada masyarakat dalam berbagai cara. Pengusaha yang terkesan pelit akan dimusuhi banyak orang.

7. Komitmen dan menghormati

Pengusaha harus komitmen dengan apa yang mereka jalankan dan menghargai komitmen dengan pihak-pihak lain. Pengusaha yang menjunjung tinggi komitmen terhadap apa yang telah diucapkan atau disepakati akan dihargai oleh berbagai pihak.

8. Mengejar prestasi

Pengusaha yang sukses harus selalu berusaha mengejar prestasi setinggi mungkin. Tujuannya agar perusahaan dapat terus bertahan dari waktu ke waktu. Prestasi yang berhasil dicapai perlu terus ditingkatkan. Disamping itu, pengusaha juga harus tahan mental dan tidak mudah putus asa terhadap berbagai kondisi dan situasi yang dihadapinya.

D. Sikap dan perilaku Wirausaha

Sikap dan tingkah laku menunjukkan kepribadian karyawan suatu perusahaan, dan diberikan kepada seluruh pelanggan tanpa pandang bulu.

Ada beberapa sikap dan perilaku yang harus dijalankan oleh pengusaha dan seluruh karyawan, yaitu:

1. Jujur dalam bertindak dan bersikap

Sikap jujur merupakan modal utama seorang karyawan dalam melayani pelanggan. Kejujuran dalam berkata, berbicara, bersikap, maupun bertindak. Kejujuran inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan atas layanan yang diberikan.

2. Rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas

Seorang karyawan dituntut untuk rajin dan tepat waktu dalam bekerja terutama dalam melayani pelanggan dan tidak boleh malas dalam bekerja.

3. Selalu murah senyum

Dalam menghadapi tamu/pelanggan, seorang karyawan harus selalu murah senyum, jangan sekali-kali bersikap murung atau cemberut. Dengan senyum kita mampu meruntuhkan hati pelanggan untuk menyukai produk atau perusahaan kita.

4. Lemah-lembut dan ramah-tamah

Dalam bersikap dan berbicara pada saat melayani pelanggan atau tamu hendaknya dengan suara lemah lembut dan sikap yang tamah tamah. Ini dapat menarik minat tamu dan membuat pelanggan betah berhubungan dengan perusahaan.

5. Sopan santu dan hormat

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan hendaknya selalu bersikap sopan dan hormat. Dengan demikian pelanggan juga akan menghormati pelayanan yang diberikan karyawan tersebut.

6. Selalu ceria dan padai bergaul

Sikap selalu ceria yang ditunjukkan karyawan dapat memecahkan kekakuan yang ada, sedangkan sikap pandai bergaul juga akan menyebabkan pelanggan merasa cepat akrab dan merasa seperti teman lama sehingga segala sesuatu berjalan lancar.

7. Fleksibel dan suka menolong pelanggan

Dalam menghadapi pelanggan, karyawan harus dapat memberikan pengertian dan mau mengalah kepada pelanggan. Segala sesuatu dapat diselesaikan dan selalu ada jalan keluarnya dengan cara yang fleksibel. Karyawan diharapkan suka menolong pelanggan yang mengalami kesulitan sampai menemui jalan keluarnya.

8. Serius dan memiliki rasa tanggung jawab

Dalam melayani pelanggan karyawan harus serius dan sungguh-sungguh, tabah dalam menghadapi pelanggan yang sulit berkomunikasi atau yang suka ngeyel. Dan juga harus mampu bertanggung jawab terhadap pekerjaannya sampai pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

9. Rasa memiliki perusahaan yang tinggi

Rasa kepemilikan ini akan memotivasi karyawan untuk melayani pelanggan, disamping itu karyawan juga harus memiliki jiwa pengabdian, loyal, dan setia terhadap perusahaan.

E. Tujuan dan Manfaat Etika Bisnis Dalam Wirausaha

Tujuan etika harus sejalan dengan tujuan perusahaan, ada beberapa tujuan etika yang selalu ingin dicapai oleh perusahaan, yaitu:

1. Untuk persahabatan dan pergaulan

Etika dapat meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. Suasana akrab akan berubah menjadi persahabatan dan menambah luasnya pergaulan. Jika karyawan, pelanggan, dan masyarakat menjadi akrab, segala urusan akan menjadi lebih mudah dan lancar.

2. Menyenangkan orang lain

Sikap menyenangkan orang lain merupakan sikap yang mulia. Jika kita ingin dihormati, maka hormatilah orang lain. Menyenangkan orang berarti membuat orang menjadi suka dan puas terhadap pelayanan yang diberikan. Jika pelanggan merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan, diharapkan mereka akan mengulangnya kembali suatu waktu.

3. Membujuk pelanggan

Setiap calon pelanggan memiliki karakter tersendiri. Kadang-kadang calon pelanggan perlu dibujuk agar mau menjadi pelanggan. Berbagai cara dapat dilakukan oleh perusahaan untuk membujuk calon pelanggan, salah satunya dengan cara melalui etika yang ditunjukkan seluruh karyawan perusahaan.

4. Mempertahankan pelanggan

Ada anggapan mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit daripada mencari pelanggan, dan ada juga yang beranggapan bahwa mempertahankan pelanggan lebih mudah karena mereka sudah merasakan produk atau layanan yang diberikan.

5. Membina dan menjaga hubungan

Hubungan yang sudah berjalan baik harus tetap dan terus dibina. Hindari adanya perbedaan paham atau konflik. Dengan etika ciptakan hubungan dalam suasana akrab dan lebih baik.

F. Peran Etika Bisnis

Adapun etika bisnis perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan

menciptakan nilai (value-creation) yang tinggi, dimana diperlukan suatu landasan yang kokoh untuk mencapai itu semua. Dan biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang handal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

Menurut Richard De George, bila perusahaan ingin sukses/berhasil memerlukan 3 hal pokok yaitu :

- a) Memiliki produk yang baik
- b) Memiliki manajemen yang baik
- c) Memiliki Etika

Tiga aspek pokok dari bisnis yaitu : dari sudut pandang ekonomi, hukum dan etika.

1) Sudut pandang ekonomis.

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Yang terjadi disini adalah adanya interaksi antara produsen/perusahaan dengan pekerja, produsen dengan konsumen, produsen dengan produsen dalam sebuah organisasi. Kegiatan antar manusia ini adalah bertujuan untuk mencari untung oleh karena itu menjadi kegiatan ekonomis. Pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi dilakukan melalui interaksi yang melibatkan berbagai pihak. Dari sudut pandang ekonomis, good business adalah bisnis yang bukan saja menguntungkan, tetapi juga bisnis yang berkualitas etis.

2) Sudut pandang etika

Dalam bisnis, berorientasi pada profit, adalah sangat wajar, akan tetapi jangan keuntungan yang diperoleh tersebut justru merugikan pihak lain. Tidak semua yang bisa kita lakukan boleh dilakukan juga. Kita harus menghormati kepentingan dan hak orang lain. Pantas diperhatikan, bahwa dengan itu kita sendiri tidak dirugikan, karena menghormati kepentingan dan hak orang lain itu juga perlu dilakukan demi kepentingan bisnis kita sendiri.

3) Sudut pandang Hukum

Bisa dipastikan bahwa kegiatan bisnis juga terikat dengan “Hukum” Hukum Dagang atau Hukum Bisnis, yang merupakan cabang penting dari ilmu hukum modern. Dan dalam praktek hukum banyak masalah timbul dalam hubungan bisnis, pada taraf nasional maupun international. Seperti etika, hukum juga merupakan sudut pandang normatif, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dari segi norma, hukum lebih jelas dan pasti

daripada etika, karena peraturan hukum dituliskan hitam atas putih dan ada sanksi tertentu bila terjadi pelanggaran.

G. Fungsi Etika Bisnis Terhadap Perusahaan

Setelah mengetahui betapa pentingnya etika yang harus diterapkan pada perusahaan bisnis, tentunya etika memiliki fungsi yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan itu sendiri. Permasalahan etika bisnis yang terjadi di perusahaan bervariasi antara fungsi perusahaan yang satu dan fungsi perusahaan lainnya. Hal ini terjadi karena operasi perusahaan sangat terspesialisasi dalam berbagai bidang profesi, sehingga setiap fungsi perusahaan cenderung memiliki masalah etika tersendiri. Berikut ini akan dibahas berbagai permasalahan etika bisnis yang terjadi di beberapa bidang fungsi perusahaan, yaitu: etika bisnis di bidang akuntansi (accounting ethics), keuangan (finance ethics), produksi dan pemasaran (production and marketing ethics), sumber daya manusia (human resources ethics), dan teknologi informasi (information technology ethics) yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Etika bisnis di Bidang Akuntansi (Accounting Ethics)

Fungsi akuntansi merupakan komponen yang sangat penting bagi perusahaan. Dengan demikian kejujuran, integritas, dan akurasi dalam melakukan kegiatan akuntansi merupakan syarat mutlak yang harus diterapkan oleh fungsi akuntansi. Salah satu praktik akuntansi yang dianggap tidak etis misalnya penyusunan laporan keuangan yang berbeda untuk berbagai pihak yang berbeda dengan tujuan memperoleh keuntungan dari penyusunan laporan keuangan seperti itu. Dalam realita kegiatan bisnis sering kali ditemukan perusahaan yang menyusun laporan keuangan yang berbeda untuk pihak-pihak yang berbeda. Ada laporan keuangan internal perusahaan, laporan keuangan untuk bank, dan laporan keuangan untuk kantor pajak. Dengan melakukan praktik ini, bagian akuntansi perusahaan secara sengaja memanipulasi data dengan tujuan memperoleh keuntungan dari penyusunan laporan palsu tersebut.

b) Etika bisnis di Bidang Keuangan (Financial Ethics)

Skandal keuangan yang berasal dari pelaksanaan fungsi keuangan yang dijalankan secara tidak etis telah menimbulkan berbagai kerugian bagi para investor. Pelanggaran etika bisnis dalam bidang keuangan dapat terjadi misalnya melalui praktik window dressing terhadap laporan keuangan perusahaan yang akan mengajukan pinjaman ke bank. Melalui praktik ini seolah-olah

perusahaan memiliki rasio-rasio keuangan yang sehat sehingga layak untuk mendapatkan kredit. Padahal sebenarnya kondisi keuangan perusahaan tidak sekuat seperti yang dilaporkan dalam laporan keuangan yang telah dipercantik. Contoh lain pelanggaran etika keuangan misalnya melalui penggelembungan nilai agunan perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperoleh kredit melebihi nilai agunan kredit yang sesungguhnya.

c) Etika bisnis di Bidang Produksi dan Pemasaran (Production and Marketing Ethics)

Hubungan yang dilakukan perusahaan dengan para pelanggannya dapat menimbulkan berbagai permasalahan etika bisnis di bidang produksi dan pemasaran. Untuk melindungi konsumen dari perlakuan yang tidak etis yang mungkin dilakukan oleh perusahaan, pemerintah Indonesia telah memberlakukan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menjelaskan berbagai perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha. Antara lain, pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- (1) tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
- (3) tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- (4) tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.

d) Etika Bisnis di Bidang Teknologi Informasi (Information Technology Ethics)

Salah satu area yang memiliki pertumbuhan masalah etika bisnis paling besar di era 1990-an sampai awal tahun 2000 adalah bidang teknologi informasi. Hal-hal yang dapat memunculkan permasalahan etika dalam bidang ini meliputi: serangan terhadap wilayah privasi seseorang, pengumpulan, penyimpanan, dan akses terhadap informasi usaha terutama melalui transaksi e-commerce, perlindungan hak cipta yang menyangkut pembuatan software, musik, dan hak kekayaan intelektual.

H. Faktor-Faktor Pebisnis Melakukan Pelanggaran Etika Bisnis

Pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan pebisnis dilatarbelakangi oleh berbagai hal. Salah satu hal tersebut adalah untuk mencapai keuntungan yang sebanyak-banyaknya, tanpa memikirkan dampak buruk yang terjadi selanjutnya.

Faktor lain yang membuat pebisnis melakukan pelanggaran antara lain:

- a) Banyaknya kompetitor baru dengan produk mereka yang lebih menarik
- b) Mengejar Keuntungan dan Kepentingan Pribadi (Personal Gain and Selfish Interest)
- c) Ingin menambah mangsa pasar
- d) Ingin menguasai pasar.
- e) Pertentangan antara Nilai-Nilai Perusahaan dengan Perorangan (Business Goals versus Personal Values)

Dari factor-faktor tersebut, faktor pertama adalah faktor yang memiliki pengaruh paling kuat. Untuk mempertahankan produk perusahaan tetap menjadi yang utama, dibuatlah iklan dengan sindiran-sindiran pada produk lain. Iklan dibuat hanya untuk mengunggulkann produk sendiri, tanpa ada keunggulan dari produk tersebut. Iklan hanya bertujuan untuk menjelek-jelekkan produk iklan lain.

I. Cara Mengatasi Perusahaan Yang Tidak Menerapkan Etika didalam Bisnisnya

Dalam etika bisnis apabila perilaku mencegah pihak lain menderita kerugian dipandang sebagai perilaku yang etis, maka perusahaan yang menarik kembali produknya yang memiliki cacat produksi dan dapat membahayakan keselamatan konsumen, dapat dipandang sebagai perusahaan yang melakukan perilaku etis dan bermoral.

Pada dasarnya kegiatan bisnis tidaklah hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dengan menghalalkan segala cara melainkan perlu adanya perilaku etis yang diterapkan oleh semua perusahaan. Etika yang diterapkan oleh sebuah perusahaan bukanlah salah satu penghambat perusahaan untuk dapat berkompetisi dengan para pesaingnya melainkan untuk dipandang oleh masyarakat bahwa perusahaan yang menerapkan etika didalam perusahaan bisnis adalah sebagai perusahaan yang memiliki perilaku etis dan bermoral. Setidaknya terdapat tujuh alasan yang mendorong perusahaan untuk menjalankan bisnisnya secara etis yang akan dirangkum sebagai berikut:

1) Meningkatnya harapan publik agar perusahaan menjalankan bisnisnya secara etis. Perusahaan yang tidak berhasil dalam menjalankan bisnisnya secara etis akan mengalami sorotan, kritik, bahkan hukuman. Sebagai contoh, Kongres Amerika Serikat memberlakukan Public Company Accounting Reform and Investor Protection Act, atau yang dikenal dengan Sarbane-Oxley (Baron, 2006), setelah Kongres menemukan berbagai kelemahan tata kelola perusahaan yang terjadi di Enron dan Worldcom. Manipulasi keuangan yang dilakukan oleh Enron, tidak terlepas dari peran oknum-oknum Arthur Andersen yang bersama-sama dengan CEO Perusahaan Enron secara sengaja menyembunyikan fakta-fakta keuangan. Belajar dari kasus ini, kongres menerapkan Sarbanes Oxley Act di mana undang-undang baru ini menutupi berbagai celah hukum, misalnya dengan melarang akuntan publik yang sedang mengaudit perusahaan melaksanakan kegiatan konsultasi bagi perusahaan yang sama. Undang-undang juga menetapkan berdirinya sebuah lembaga independen yang diberi nama Public Company Accounting Oversight Board yang mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan akuntan.

2) Penerapan etika bisnis mencegah agar perusahaan tidak melakukan berbagai tindakan yang membahayakan stakeholders lainnya. Sebagai contoh, Pengelolaan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) sampah secara tidak profesional yang dilakukan oleh PD Kebersihan Kota Bandung di wilayah Leuwi Gajah Kabupaten Bandung telah mengakibatkan bencana longsornya sampah dengan volume sekitar 20juta meter kubik yang menimpa perumahan penduduk di sekitarnya sehingga 112 orang meninggal dunia dan kerugian material masyarakat sekitar tempat pembuangan sampah diperkirakan mencapai ratusan juta rupiah.

3) Penerapan etika bisnis di perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Sebagai contoh, sebuah studi yang dilakukan DePaul University menunjukkan bahwa “terdapat hubungan statistik yang signifikan antara pengendalian perusahaan yang menekankan pada penerapan etika dan perilaku bertanggung jawab di satu sisi dengan kinerja keuangan yang baik di sisi lain”. Dalam kasus lain, penerapan etika bisnis di perusahaan terhadap para manajer dan karyawan perusahaan berupa larangan minum alkohol bagi para pegawai, telah menurunkan biaya kesehatan dan meningkatkan produktivitas kerja.

4) Penerapan etika bisnis seperti kejujuran, menepati janji, dan menolak suap dapat meningkatkan kualitas hubungan bisnis di antara dua pihak yang melakukan hubungan bisnis. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kepercayaan di antara pihak-pihak yang terlibat hubungan

bisnis terhadap pihak lainnya. Sebaliknya apabila salah satu pihak tidak dapat dipercaya, maka pihak yang tidak dapat dipercaya ini akan diabaikan oleh mitra bisnisnya bahkan oleh komunitas bisnis secara umum.

5) Penerapan etika bisnis agar perusahaan terhindar dari penyalahgunaan yang dilakukan karyawan maupun kompetitor yang bertindak tidak etis. Sebagai contoh, kejahatan pencurian uang perusahaan yang dilakukan pemilik dan pimpinan perusahaan merupakan faktor penyebab utama kebangkrutan perusahaan dibanding faktor-faktor lainnya. Demikian pula kegiatan damping yang dilakukan pesaing luar negeri merupakan perilaku tidak etis yang dapat merugikan perusahaan domestik.

6) Penerapan etika bisnis perusahaan secara baik di dalam suatu perusahaan dapat menghindarkan terjadinya pelanggaran hak-hak pekerja oleh pemberi kerja. Contohnya, perusahaan dianggap bertindak tidak etis apabila di dalam perusahaan terjadi diskriminasi besaran gaji yang diakibatkan oleh diskriminasi rasial. Perusahaan juga dianggap berlaku tidak etis apabila perusahaan tidak memberikan kesempatan kemajuan karier yang sama kepada tenaga kerja yang ada di perusahaan hanya karena terdapat perbedaan ras antara pekerja yang satu dengan pekerja lainnya.

7) Perusahaan perlu menerapkan etika bisnis dalam menjalankan usahanya, untuk mencegah agar perusahaan (yang diwakili para pimpinannya) tidak memperoleh sanksi hukum karena telah menjalankan bisnis secara tidak etis.

Beberapa alasan diatas dapat mewakili banyak perusahaan yang masih menerapkan etika didalam perusahaan bisnisnya karena selain menjadikan perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang etis dan bermoral alasan lainnya adalah agar perusahaan tidak menelan kerugian dan mendapatkan pelanggaran-pelanggaran karena tidak menjalankan bisnis secara etis dan melanggar hak-hak pekerja oleh pemberi pekerja. Sehingga alasan-alasan tersebut dapat memberikan informasi yang bermanfaat kepada perusahaan-perusahaan bisnis lainnya yang belum menerapkan etika didalam perusahaan bisnisnya.

11. Sanksi Pelanggaran Yang Akan Diterima Jika Perusahaan Tidak Menerapkan Etika Didalam Bisnisnya

Pelanggaran etika bisa terjadi di mana saja, termasuk dalam dunia bisnis. Untuk meraih keuntungan, yang sebagaimana terdapat dalam Pasal 22 yang berbunyi “Pelaku usaha dilarang

bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat". Pasal ini menjelaskan tentang Tender adalah tawaran mengajukan harga untuk memborong suatu pekerjaan, untuk mengadakan barang-barang, atau untuk menyediakan jasa. Dan unsur dari bersekongkol itu sendiri adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih, secara terang-terangan maupun diam-diam melakukan tindakan penyesuaian dokumen dengan peserta lainnya, membandingkan dokumen tender sebelum penyerahan, menciptakan persaingan semu, menyetujui dan atau memfasilitasi terjadinya persekongkolan, tidak menolak melakukan suatu tindakan meskipun mengetahui atau sepatutnya mengetahui bahwa tindakan tersebut dilakukan untuk mengatur dalam rangka memenangkan peserta tender tertentu, pemberian kesempatan eksklusif oleh penyelenggara tender atau pihak terkait secara langsung maupun tidak langsung kepada pelaku usaha yang mengikuti tender, dengan cara melawan hukum. Hal diatas adalah pelanggaran yang akan diterima kepada perusahaan yang tidak menerapkan etika didalam bisnisnya karena memiliki unsur kecurangan. Hal lain yang menjadikan pelanggaran terhadap perusahaan yang tidak menerapkan etika didalam bisnisnya adalah pegawai perusahaan yang melakukan pelanggaran Pedoman Etika Bisnis dan Etika Kerja (Code of Conduct) sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pengenaan sanksi atas bentuk-bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh Komisaris dan Direksi, berpedoman pada anggaran dasar perusahaan dan keputusan RUPS. Sedangkan pengenaan sanksi terhadap pegawai perusahaan dilakukan sesuai dengan kesepakatan dalam Peraturan Disiplin Pegawai (PDP) maupun aturan kepegawaian yang berlaku. Pelaporan adanya dugaan pelanggaran yang dilakukan oleh pegawai tanpa disertai dengan bukti-bukti pelanggaran dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dari contoh pelanggaran diatas kita dapat mengambil kesimpulan bahwa yang menjadikan perusahaan untuk menerapkan etika di dalam bisnisnya bukanlah dari perusahaan itu sendiri melainkan adanya kejujuran dari para pegawai yang bekerja di perusahaan tersebut sehingga dapat menciptakan suasana kerja yang damai serta menjadikan perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang menerapkan etika didalam bisnisnya.

J. Etika Bisnis di Indonesia

Di Indonesia, etika bisnis merupakan sesuatu yang lama tetapi sekaligus baru. Sebagai sesuatu yang bukan baru, etika bisnis eksis bersamaan dengan hadirnya bisnis dalam masyarakat

Indonesia, artinya usia etika bisnis sama dengan usia bisnis yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia.

Dalam memproduksi sesuatu kemudian memasarkannya, masyarakat Indonesia tempo dulu juga telah berpatok pada pertimbangan-pertimbangan untung dan rugi. Namun dengan ciri khas masyarakat Indonesia yang cinta damai, maka masyarakat Indonesia termotivasi untuk menghindari konflik-konflik kepentingan termasuk dalam dunia bisnis.

Secara normatif, etika bisnis di Indonesia baru mulai diberi tempat khusus semenjak diberlakukannya UUD 1945, khususnya pasal 33. Satu hal yang relevan dari pasal 33 UUD 45 ini adalah pesan moral dan amanat etis bahwa pembangunan ekonomi negara RI semata-mata demi kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia yang merupakan subyek atau pemilik negeri ini. Jadi pembangunan ekonomi Indonesia sama sekali tidak diperuntukkan bagi segelintir orang untuk memperkaya diri atau untuk kelompok orang tertentu saja yang kebetulan tengah berposisi strategis melainkan demi seluruh rakyat Indonesia. Dua hal penting yang menjadi hambatan bagi perkembangan etika bisnis di Indonesia adalah budaya masyarakat Indonesia dan kondisi sosial-politik di Indonesia.

A. Kesimpulan

Di dalam persaingan dunia usaha yang sangat ketat ini, etika bisnis merupakan sebuah harga mati, yang tidak dapat ditawar lagi. Dalam zaman keterbukaan dan luasnya informasi saat ini, baik-buruknya sebuah dunia usaha dapat tersebar dengan cepat dan luas. Memposisikan karyawan, konsumen, pemasok, pemodal dan masyarakat umum secara etis dan jujur adalah satu-satunya cara supaya dapat bertahan di dalam dunia bisnis saat ini. Ketatnya persaingan bisnis menyebabkan beberapa pelaku bisnisnya kurang memperhatikan etika dalam bisnis.

Etika bisnis mempengaruhi tingkat kepercayaan atau trust dari masing-masing elemen dalam lingkaran bisnis. Pemasok (supplier), perusahaan, dan konsumen, adalah elemen yang saling mempengaruhi. Masing-masing elemen tersebut harus menjaga etika, sehingga kepercayaan yang menjadi prinsip kerja dapat terjaga dengan baik.

Etika berbisnis ini bisa dilakukan dalam segala aspek. Saling menjaga kepercayaan dalam kerjasama akan berpengaruh besar terhadap reputasi perusahaan tersebut, baik dalam lingkup mikro maupun makro. Tentunya ini tidak akan memberikan keuntungan segera, namun ini

adalah wujud investasi jangka panjang bagi seluruh elemen dalam lingkaran bisnis. Oleh karena itu, etika dalam berbisnis sangatlah penting.

B. Saran

Perlu adanya sadar diri didalam hati para pegawai didalam perusahaan yang ingin menerapkan etika didalam bisnis agar tidak adanya kecurangan atau kebohongan yang terjadi pada perusahaan itu nantinya dan perlu diterapkannya sanksi atau hukuman yang berat apabila ada salah satu pegawai yang melanggarnya, sehingga etika di dalam bisnis pun dapat berjalan dengan baik dan lancar di perusahaan tersebut.

REFRENSI:

1. <http://rifqiazhar.blogspot.co.id/2012/04/kewirausahaan-dan-etika-bisnis.html>
2. <http://sumber-ilmu-bengkulu.blogspot.co.id/2013/08/makalah-kewirausahaan-etika-bisnis.html>