BAB I
Pendahuluan

Latar Balakang

Istilah etika memiliki banyak makna berbeda. Ada yang menyebutkan bahwa etika adalah semacam penelaahan, baik aktivitas penelaahan maupun hasil penelaahan itu sendiri. Pendapat lain menyebutkan bahwa etika adalah kajian moralitas. Sedangkan moralitas adalah pedoman yang dimiliki individu atau kelompok mengenai apa itu benar dan salah, atau baik dan jahat suatu perbuatan.

Meskipun etika berkaitan dengan moralitas, namun tidak sama persis dengan moralitas. Etika merupakan studi standar moral yang tujuan utamanya adalah menentukan standar yang benar atau yang didukung oleh penalaran yang baik, dan dengan demikian etika mencoba mencapai kesimpulan tentang moral yang benar dan salah, dan moral yang baik dan jahat

Etika bisnis merupakan etika terapan. Etika bisnis merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas dan usaha yang kita sebut bisnis. Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam system dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada didalam organisasi.

Sebenarnya banyak yang keberatan dengan penerapan standar moral dalam aktivitas bisnis. Beberapa orang berpendapat bahwa orang yang terlibat dalam bisnis hendaknya berfokus pada pencarian keuntungan financial bisnis mereka saja dan tidak membuang-buang energy mereka atau sumber daya perusahaan untuk melakukan pekerjaan baik yang sesuai dengan norma-norma yang berlaku.

Etika seharusnya diterapkan dalam bisnis dengan menunjukan bahwa etika mengatur semua aktifitas manusia yang disengaja, dan karena bisnis aktivitas manusia yang disengaja, etika juga hendaknya berperan dalam bisnis.

Argument lain berpandangan bahwa, aktivitas bisnis, seperti juga aktivitas manusia lainnya, tidak dapat eksist kecuali orang yang terlibat dalam bisnis dan komunitas sekitarnya taat terhadap standar minimal etika. Bisnis merupakan aktifitas kooperatif yang eksistensinya mensyaratkan prilaku eksis.

Dalam masyarakat tanpa etika, ketidakpercayaan dan kepentingan diri yang tidak terbatas akan menciptakan “perang antar manusia terhadap manusia lain”, dan dalam situasi seperti itu hidup akan menjadi “kotor, brutal, dan dangkal”.

Karenanya dalam masyarakat seperti itu, tidak mungkin dapat melakukan aktivitas bisnis, dan bisnis akan hancur. Karena bisnis tidak dapat bertahan hidup tanpa etika, maka kepentingan bisnis yang paling utama adalah mempromosikan prilaku etika kepada anggotanya dan juga masyarakat luas.

Etika hendaknya diterapkan dalam bisnis dengan menunjukan bahwa etika konsisten dengan tujuan bisnis, khususnya dalam mencari keuntungan. Contoh Perusahaan Merck dikenal karena budaya etisnya yang sudah lama berlangsung, namun ia tetap merupakan perusahaan yang secara spektakuler mendapatkan paling banyak keuntungan sepanjang masa.

Sebagian besar orang akan menilai perilaku etis dengan menghukum siapa saja yang mereka persepsi berprilaku tidak etis, dan menghargai siapa saja yang mereka persepsi berprilaku etis. Pelanggan akan melawan perusahaan jika mereka mempersepsi ketidakadilan yang dilakukan perusahaan dalam bisnis lainnya, dan mengurangi minat mereka untuk membeli produknya. Karyawan yang merasakan ketidakadilan, akan menunjukkan absentisme lebih tinggi, produktivitas lebih rendah, dan tuntutan upah yang tinggi. Sebaliknya, ketika karyawan percaya bahwa organisasi adil, akan senang mengikuti manajer. Melakukan apapun yang dikatakan manajer, dan memandang keputusan manajer sah. Ringkasnya, etika merupakan komponen kunci manajemen yang efektif.

Dengan demikian, ada sejumlah argument yang kuat, yang mendukung pandangan bahwa etika hendaknya diterapkan dalam bisnis.

**Rumusan Masalah**

1. Pengertian dari etika bisnis
2. Apakah pengertian dari tujuan etika bisnis
3. Sasaran dan ruang  lingkup etika bisnis
4. Etika bisnis dalam kehidupan bisnis
5. Peran dan manfaat etika bisnis bagi perusahaan

BAB II

Pembahasan

Tujuan Etika Bisnis

Tujuan etika bisnis adalah menggugah kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan para pelaku bisnis untuk menjalankan good business dan tidak melakukan monkey business atau dirty business yang bisa merugikan banyak pihak yang terkait dalam bisnis tersebut.

 Etika bisnis mengajak para pelaku bisnis mewujudkan citra dan manajemen bisnis yang baik (etis) agar bisnis itu pantas dimasuki oleh semua orang yang mempercayai adanya dimensi etis dalam dunia bisnis. Hal ini sekaligus menghalau citra buruk dunia bisnis sebagai kegiatan yang kotor, licik, dan tipu muslihat. Kegiatan bisnis mempunyai implikasi etis, dan oleh karenanya membawa serta tanggungjawab etis bagi pelakunya

Etika Bisnis adalah seni dan disiplin dalam menerapkan prinsip-prinsip etika untuk mengkaji dan memecahkan masalah-masalah moral yang kompleks.

Etika bisnis merupakan etika khusus (terapan) yang pada awalnya berkembang di Amerika Serikat. Sebagai cabang filsafat terapan, etika bisnis menyoroti segi-segi moral perilaku manusia dan peraturan-peraturan yang mempunyai profesi di bidang bisnis dan manajemen. Oleh karena itu, etika bisnis dapat dilihat sebagai usaha untuk merumuskan dan menerapkan prinsip-prinsip etika dibidang hubungan ekonomi antar manusia. Secara terperinci, Richard T.de George menyebut bahwa etika bisnis menyangkut empat kegiatan sebagai berikut:

1. Penerapan prinsip-prinsip umum dalam praktik bisnis. Berdasarkan prinsi-prinsip etika bisnis itu kita dapat menyoroti dan menilai apakah suatu keputusan atau tindakan yang diambil dalam dunia bisnis secara moral dapat dibenarkan atau tidak. Dengan demikian etik bisnis membantu pra pelaku bisnis untuk mencari cara guna mencegah tindakan yang dinilai tidak etis.
2. Etika bisnis tidak hanya menyangkut penerapan prinsip-prinsip etika pada dunia bisnis, tetapi juga metaetika. Dalam hubungan ini, etika bisnis mengkaji apakah perilaku yang dinilai etis pada individu juga dapat berlaku pada organisais atau perusahaan bisnis. Selanjutnya etika bisnis menyoroti apakah perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial atau tidak.
3. Bidang telaah etika bisnis menyangkut pandangan – pandangan mengenai bisnis. Dalam hal ini, etika bisnis mengkaji moralitas sistem ekonomi pada umumnya dan sistem ekonomi publik pada khususnya, misalnya masalah keadilan sosial, hak milik, dan persaingan.
4. Etika bisnis juga menyentuh bidang yang sangat makro, seperti operasi perusahaan multinasional, jaringan konglomerat internasional, dan lain- lain.

**Sasaran dan Ruang Lingkup Etika Bisnis**

Setelah melihat penting dan sangat diperlukanya etika bisnis, ada baiknya jika kita tinjau lebih lanjut  apa saja sasaran dan lingkup etika bisnis itu. Sampai saat ini ada tiga sasaran dan ruang lingkup pokok yang harus diperhatikan supaya tujuan dari etika bisnis bisa tercapai, yaitu:

1. Etika bisnis sebagai etika profesi membahas berbagai prinsip, kondisi, dan masalah yang terkait dengan praktek bisnis yang baik dan etis. Dengan kata lain, etika bisnis pertama-tama bertujuan untuk menghimbau para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis secara baik dan etis.
2. Menyadarkan masyarakat, khususnya konsumen, buruh, atau karyawan dan masyarakatluas pemilik aset umum semacam lingkungan hidup, akan hak dan kepentingan mereka yang tidak boleh dilanggar oleh praktek bisnis siapa pun juga. Pada tingkat ini, etika bisnis berfungsi untuk menggugah masyarakat untuk bertindak menuntut para pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik demi terjaminnya hak dan kepentingan masyarakat tersebut. Etik bisnis mengajak masyarakat luas, entah sebagai kartawan, konsumen, atau pemakai aset umum lainnya yan gberkaitan dengan kegiatan bisnis, untuk sadar dan berjuang menuntut haknya atau paling kurang agar hak dan kepentingannya tidak dirugikan oleh kegiatan bisnis pihak mana pun.
3. Etika bisnis juga berbicara mengenai sistem ekonomi yang sangat menentukan etis tidaknya suatu praktek bisnis. Dalam hal ini, etika bisnis lebih bersifat makro, yang karena itu barang kali lebih tepat disebut etika ekonomi. Dalam lingkup makro semacam ini, etika bisnis berbicara mengenai monopoli, oligopoli, kolusi, dan praktek-praktek semacamnya yang akan sangatmempengaruhi tidak saja sehat tidaknya suatu ekonomi melainkan juga baik tidaknya praktek bisnis dalam sebuah negara.

**Etika Bisnis Dalam Kehidupan Bisnis**

Mempraktikkan bisnis dengan etiket berarti mempraktikkan tata cara bisnis yang sopan dan santun sehingga kehidupan bisnis menyenangkan karena saling menghormati. Etiket berbisnis diterapkan pada sikap kehidupan berkantor, sikap menghadapi rekan-rekan bisnis, dan sikap di mana kita tergabung dalam organisasi. Itu berupa senyum — sebagai apresiasi yang tulus dan terima kasih, tidak menyalah-gunakan kedudukan, kekayaan, tidak lekas tersinggung, kontrol diri, toleran, dan tidak memotong pembicaraan orang lain.

Dengan kata lain, etika bisnis itu memelihara suasana yang menyenangkan, menimbulkan rasa saling menghargai, meningkatkan efisiensi kerja, dan meningkatkan citra pribadi dan perusahaan. Berbisnis dengan etika bisnis adalah menerapkan aturan-aturan umum mengenai etika pada perilaku bisnis. Etika bisnis menyangkut moral, kontak sosial, hak-hak dan kewajiban, prinsip-prinsip dan aturan-aturan.

Jika aturan secara umum mengenai etika mengatakan bahwa berlaku tidak jujur adalah tidak bermoral dan beretika, maka setiap insan bisnis yang tidak berlaku jujur dengan pegawainya, pelanggan, kreditur, pemegang usaha maupun pesaing dan masyarakat, maka ia dikatakan tidak etis dan tidak bermoral.

Intinya adalah bagaimana kita mengontrol diri kita sendiri untuk dapat menjalani bisnis dengan baik dengan cara peka dan toleransi. Dengan kata lain, etika bisnis untuk mengontrol bisnis agar tidak tamak. Bahwa itu bukan bagianku. Perlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan.

Pelanggaran etika bisa terjadi di mana saja, termasuk dalam dunia bisnis. Untuk meraih keuntungan, masih banyak perusahaan yang melakukan berbagai pelanggaran moral. Praktik curang ini bukan hanya merugikan perusahaan lain, melainkan juga masyarakat dan negara. Praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN) tumbuh subur di banyak perusahaan.

Ketika ekonomi Indonesia tumbuh pesat dalam sepuluh tahun terakhir, banyak pendatang baru di bisnis. Ada pedagang yang menjadi bankir. Banyak juga pengusaha yang sangat ekspansif di luar kemampuan. Mereka berlomba membangun usaha konglomerasi yang keluar dari bisnis intinya tanpa disertai manajemen organisasi yang baik. Akibatnya, pada saat ekonomi sulit banyak perusahaan yang bangkrut.

Pelanggaran etik bisnis di perusahaan memang banyak, tetapi upaya untuk menegakan etik perlu digalakkan. Misalkan, perusahaan tidak perlu berbuat curang untuk meraih kemenangan. Hubungan yang tidak transparan dapat menimbulkan hubungan istimewa atau kolusi dan memberikan peluang untuk korupsi.

Banyak perusahaan-perusahaan yang melakukan pelanggaran, terutama dalam kinerja keuangan perusahaan karena tidak lagi membudayakan etika bisnis agar orientasi strategik yang dipilih semakin baik. Sementara itu hampir 61.9% dari 21 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEJ tidak lengkap menyampaikan laporan keuangannya (not avaliable).

Tingkat perhatian perusahaan terhadap perilaku etis juga sangat menentukan karena dalam jangka panjang bila perusahaan tidak concern terhadap perilaku etis maka kelangsungan hidupnya akan terganggu dan akan berdampak pula pada kinerja keuangannya.

Hal ini terjadi akibat manajemen dan karyawan yang cenderung mencari keuntungan semata sehingga terjadi penyimpangan norma-norma etis. Segala kompetensi, keterampilan, keahlian, potensi, dan modal lainnya ditujukan sepenuhnya untuk memenangkan kompetisi.

**Pro dan Kontra Etika dalam Bisnis**

Bisnis adalah bisnis. Bisnis jangan dicampur-adukkan dengan etika. Para pelaku bisnis adalah orang-orang yang bermoral, tetapi moralitas tersebut hanya berlaku dalam dunia pribadi mereka, begitu mereka terjun dalam dunia bisnis mereka akan masuk dalam permainan yang mempunyai kode etik tersendiri. Jika suatu permainan judi mempunyai aturan yang sah yang diterima, maka aturan itu juga diterima secara etis. Jika suatu praktik bisnis berlaku begitu umum di mana-mana, lama-lama praktik itu dianggap semacam norma dan banyak orang yang akan merasa harus menyesuaikan diri dengan norma itu. Dengan demikian, norma bisnis berbeda dari norma moral masyarakat pada umumnya, sehingga pertimbangan moral tidak tepat diberlakukan untuk bisnis dimana “sikap rakus adalah baik”(Ketut Rindjin, 2004:65).

Belakangan pandangan diatas mendapat kritik yang tajam, terutama dari tokoh etika Amerika Serikat, Richard T.de George. Ia mengemukakan alasan alasan tentang keniscayaan etika bisnis sebagai berikut.

Pertama, bisnis tidak dapat disamakan dengan permainan judi. Dalam bisnis memang dituntut keberanian mengambil risiko dan spekulasi, namun yang dipertaruhkan bukan hanya uang, melainkan juga dimensi kemanusiaan seperti nama bai kpengusaha, nasib karyawan, termasuk nasib-nasib orang lain pada umumnya.

Kedua, bisnis adalah bagian yang sangat penting dari masyarakat dan menyangkut kepentingan semua orang. Oleh karena itu, praktik bisnis mensyaratkan etika, disamping hukum positif sebagai acuan standar dlaam pengambilan keputusan dan kegiatan bisnis.

Ketiga, dilihat dari sudut pandang bisnis itu sendiri, praktik bisnis yang berhasil adalah memperhatikan norma-norma moral masyarakat, sehingga ia memperoleh kepercayaan dari masyarakat atas produ atau jasa yang dibuatnya.

**Pelanggaran Etika Bisnis**

Akibat dari tidak tercapainya tujuan etika bisnis atau tidak bisa dijalankannya aturan-aturan yang merupakan prinsip-prinsip dalam etika bisnis oleh sebuah perusahaan adalah terjadinya pelanggaran etika.

Pelanggaran etika perusahaan terhadap pelanggannya di Indonesia merupakan fenomena yang sudah sering terjadi. Contoh terakhir adalah pada kasus Ajinomoto. Kehalalan Ajinomoto dipersoalkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada akhir Desember 2000 setelah ditemukan bahwa pengembangan bakteri untuk proses fermentasi tetes tebu (molase), mengandung bactosoytone (nutrisi untuk pertumbuhan bakteri), yang merupakan hasil hidrolisa enzim kedelai terhadap biokatalisator porcine yang berasal dari pankreas babi.

Kasus lainnya, terjadi pada produk minuman berenergi Kratingdeng yang sebagian produknya diduga mengandung nikotin lebih dari batas yang diizinkan oleh Badan Pengawas Obat dan Minuman. ”Oleh karena itu perilaku etis perlu dibudayakan melalui proses internalisasi budaya secara top down agar perusahaan tetap survive dan dapat meningkatkan kinerja keuangannya,”.

            Pengaruh budaya organisasi dan orientasi etika terhadap orientasi strategik secara simultan sebesar 65%. Secara parsial pengaruh budaya organisasi dan orientasi etika terhadap orientasi strategik masing-masing sebesar 26,01% dan 32,49%. Hal ini mengindikasikan bahwa komninasi penerapan etika dan budaya dapat meningkatkan pengaruh terhadap orientasi strategik. ”Hendaknya perusahaan membudayakan etika bisnis agar orientasi strategik yang dipilih semakin baik. Salah satu persyaratan bagi penerapan orientasi strategik yang inovatif, proaktif, dan berani dalam mengambil risiko adalah budaya perusahaan yang mendukung,”.

Etika bisnis tidak akan dilanggar jika ada aturan dan sangsi. Kalau semua tingkah laku salah dibiarkan, lama kelamaan akan menjadi kebiasaan. Repotnya, norma yang salah ini akan menjadi budaya. Oleh karena itu bila ada yang melanggar aturan diberikan sangsi untuk memberi pelajaran kepada yang bersangkutan.

Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menegakkan budaya transparansi antara lain:

* Penegakkan budaya berani bertanggung jawab atas segala tingkah lakunya. Individu yang mempunyai kesalahan jangan bersembunyi di balik institusi. Untuk menyatakan kebenaran kadang dianggap melawan arus, tetapi sekarang harus ada keberanian baru untuk menyatakan pendapat.
* Ukuran-ukuran yang dipakai untuk mengukur kinerja jelas. Bukan berdasarkan kedekatan dengan atasan, melainkan kinerja.
* Pengelolaan sumber daya manusia harus baik.
* Visi dan misi perusahaan jelas yang mencerminkan tingkah laku organisasi.

**Kendala-kendala Dalam Pencapaian Tujuan Etika Bisnis**

Pencapaian tujuan etika bisnis di Indonesia masih berhadapan dengan beberapa masalah dan kendala. Keraf(1993:81-83) menyebut beberapa kendala tersebut yaitu:

1. Standar moral para pelaku bisnis pada umumnya masih lemah.

Banyak di antara pelaku bisnis yang lebih suka menempuh jalan pintas, bahkan menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan dengan mengabaikan etika bisnis, seperti memalsukan campuran, timbangan, ukuran, menjual barang yang kadaluwarsa, dan memanipulasi laporan keuangan.

1. Banyak perusahaan yang mengalami konflik kepentingan.

Konflik kepentingan ini muncul karena adanya ketidaksesuaian antara nilai pribadi yang dianutnya atau antara peraturan yang berlaku dengan tujuan yang hendak dicapainya, atau konflik antara nilai pribadi yang dianutnya dengan praktik bisnis yang dilakukan oleh sebagian besar perusahaan lainnya, atau antara kepentingan perusahaan dengan kepentingan masyarakat. Orang-orang yang kurang teguh standar moralnya bisa jadi akan gagal karena mereka mengejar tujuan dengan mengabaikan peraturan.

1. Situasi politik dan ekonomi yang belum stabil.

Hal ini diperkeruh oleh banyaknya sandiwara politik yang dimainkan oleh para elit politik, yang di satu sisi membingungkan masyarakat luas dan di sisi lainnya memberi kesempatan bagi pihak yang mencari dukungan elit politik guna keberhasilan usaha bisnisnya. Situasi ekonomi yang buruk tidak jarang menimbulkan spekulasi untuk memanfaatkan peluang guna memperoleh keuntungan tanpa menghiraukan akibatnya.

1. Lemahnya penegakan hukum.

Banyak orang yang sudah divonis bersalah di pengadilan bisa bebas berkeliaran dan tetap memangku jabatannya di pemerintahan. Kondisi ini mempersulit upaya untuk memotivasi pelaku bisnis menegakkan norma-norma etika.

1. Belum ada organisasi profesi bisnis dan manajemen untuk menegakkan kode etik bisnis dan manajemen.

Organisasi seperti KADIN beserta asosiasi perusahaan di bawahnya belum secara khusus menangani penyusunan dan penegakkan kode etik bisnis dan manajemen.

**Etika Bisnis Dalam Perusahaan**

 Sekarang kalangan bisnis sudah memiliki kesadaran akan pentingnya Etika Bisnis dalam operasi bisnis. Bahkan dalam perkembangannya Etika Bisnis tidak lagi menjadi beban yang terpaksa harus dilaksanakan perusahan melainkan sudah menjadi salah satu strategy pengembangan perusahaan. Karena Tujuan perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk “memaksimumkan kesejahteraan si pemilik dalam rentang waktu jangka panjang melalui aktivitas penjualan barang dan/atau jasa. Contoh nyata akan manfaat etika bisnis sebagai strategy pengembangan perusahaan misalnya Company Social Responsibility dianggap dapat memberikan keuntungan pada perusahaan dalam bentuk profitabilitas, kinerja financial yang lebih kokoh, menurunkan resiko bentrok dengan lingkungan sekitar, meningkatkan reputasi perusahaan, dll.

**Manfaat Tercapainya Tujuan Etika Bisnis Bagi Perusahaan**

Etika bisnis bagi perusahaan ini,menyangkut kebijakan etis perusahaan berhubungan dengan kesulitan yang bisa timbul (mungkin pernah timbul dimasa lalu), seperti konflik kepentingan, hubungan dengan pesaing dan pemasok, menerima hadiah,sumbangan dan sebagainya. Latar belakang pembuatan etika bisnis adalah sebagai cara ampuh untuk melembagakan etika dalam struktur dan kegiatan perusahaan. Bila Perusahaan memiliki etika sendiri,mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memilikinya.

Manfaat Etika Bisnis bagi Perusahaan :

1. Dapat meningkatkan kredibilitas suatu perusahaan, karena etika telah dijadikan sebagai corporate culture. Hal ini terutama penting bagi perusahaan besar yang karyawannya tidak semuanya saling mengenal satu sama lainnya. Dengan adanya etika bisnis, secara intern semua karyawan terikat dengan standard etis yang sama, sehingga akan mefigambil kebijakan/keputusan yang sama terhadap kasus sejenis yang timbul.
2. Dapat membantu menghilangkan grey area (kawasan kelabu) dibidang etika. (penerimaan komisi, penggunaan tenaga kerja anak, kewajiban perusahaan dalam melindungi lingkungan hidup).
3. Menjelaskan bagaimana perusahaan menilai tanggung jawab sosialnya.
4. Menyediakan bagi perusahaan dan dunia bisnis pada umumnya, kemungkinan untuk mengatur diri sendiri (self regulation).
5. Bagi perusahaan yang telah go publik dapat memperoleh manfaat berupa meningkatnya kepercayaan para investor. Selain itu karena adanya kenaikan harga saham, maka dapat menarik minat para investor untuk membeli saham perusahaan tersebut.
6. Dapat meningkatkan daya saing (competitive advantage) perusahaan.
7. Membangun corporate image / citra positif , serta dalam jangka panjang dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan (sustainable company).

Etika bisnis perusahhan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki dsaya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai yang tinggi,diperlukan suatu landasan yang kokoh. Biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, system prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang handal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

Karena itu, tindakan perusahaan berasal dari pilihan dan tindakan individu manusia, indivdu-individulah yang harus dipandang sebagai penjaga utama kewajiban moral dan tanggung jawab moral : individu manusia bertanggung jawab atas apa yang dilakukan perusahaan karena tindakan perusahaan secara keseluruhan mengalir dari pilihan dan perilaku mereka. Jika perusahaan bertindak keliru, kekeliruan itu disebabkan oleh pilihan tindakan yang dilakukan oleh individu dalam perusahaan itu, jika perusahaan bertindak secara moral, hal itu disebabkan oleh pilihan individu dalam perusahaan bertindak secara bermoral. Etika bisnis mempunyai prinsip dalam kaitan ini berhubungan dengan berbagai upaya untuk menggabungkan berbagai nilai-nilai dasar (basic values) dalam perusahaan, agar berbagai aktivitas yang dilaksanakan dapat mencapai tujuan.

Secara lebih jelas, mekanismenya berjalan sebagai berikut.“Memaksimumkan kesejahteraan si pemilik dalam jangka panjang”, berhubungan dengan dimensi waktu yang relatif panjang serta menyangkut sustainability. Hal ini membutuhkan adanya “kepercayaan” atau “saling mempercayai” (trust) dari berbagai pihak yang berhubungan dengan perusahaan (stakeholders). Kalimat “kesejahteraan pemilik” merupakan derivasi dan perwujudan dari “hak kepemilikan” (ownership) yang muncul dari adanya penghargaan (respect) terhadap “kepemilikan pribadi” (property rights).

Haruslah diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka panjang maupun jangka menengah karena :

* Mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun dengan eksternal.
* Mampu meningkatkan motivasi pekerja.
* Melindungi prinsip kebebasan berniaga
* Mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

Tidak bisa dipungkiri, tindakan yang tidak etis yang dilakukan oleh perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat 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-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 remunerasi atau jenjang karier. Perlu dipahami, karyawan yang berkualitas adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus semaksimal mungkin harus mempertahankan karyawannya. Untuk memudahkan penerapan etika perusahaan dalam kegiatan sehari-hari maka nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis harus dituangkan kedalam manajemen korporasi yakni dengan cara :

* Menuangkan etika bisnis dalam suatu kode etik (code of conduct)
* Memperkuat sistem pengawasan
* Menyelenggarakan pelatihan (training) untuk karyawan secara terus menerus.

**Antara Keuntungan Perusahaan dan Etika**

Tujuan utama bisnis adalah mengejar keuntungan. Keuntungan adalah hal yang pokok bagi kelangsungan bisnis, walaupun bukan merupakan tujuan satu-satunya, sebagaimana dianut pandangan bisnis yang ideal. Dari sudut pandang etika, keuntungan bukanlah hal yang buruk. Bahkan secara moral keuntungan merupakan hal yang baik dan diterima. Karena :

Keuntungan memungkinkan perusahaan bertahan dalam usaha bisnisnya.
Tanpa memeperoleh keuntungan tidak ada pemilik modal yang bersedia menanamkan modalnya, dan karena itu berarti tidak akan terjadi aktivitas ekonomi yang produktif demi memacu pertumbuhan ekonomi yang menjamin kemakmuran nasional.

Keuntungan memungkinkan perusahaan tidak hanya bertahan melainkan juga dapat menghidupi karyawan-karyawannya bahkan pada tingkat dan taraf hidup yang lebih baik.

Ada beberapa argumen yang dapat diajukan disini untuk menunjukkan bahwa justru demi memperoleh keuntungan etika sangat dibutuhkan , sangat relevan, dan mempunyai tempat yang sangat strategis dalam bisnis`dewasa ini.

Pertama, dalam bisnis modern dewasa ini, para pelaku bisnis dituntut menjadi orang-orang profesional di bidangnya.

Kedua dalam persaingan bisnis yang ketat para pelaku bisnis modern sangat sadar bahwa konsumen adalah benar-benar raja. Karena itu hal yang paling pokok untuk bisa untung dan bertahan dalam pasar penuh persaingan adalah sejauh mana suatu perusahaan bisa merebut dan mempertahankan kepercayaan konsumen.

Ketiga, dalam sistem pasar terbuka dengan peran pemerintah yang bersifat netral tak berpihak tetapi efektif menjaga agar kepentingan dan hak semua pemerintah dijamin, para pelaku bisnis berusaha sebisa mungkin untuk menghindari campur tangan pemerintah, yang baginya akan sangat merugikan kelangsungan bisnisnya. Slaah satu cara yang paling efektif adalah dengan menjalankan bisnisnya bisnisnya secara secara baik dan etis yaitu dengan menjalankan bisnis sedemikian rupa tanpa secara sengaja merugikan hak dan kepentinga semua pihak yang terkait dengan bisnisnya.

Keempat, perusahaan-perusahaan modern juga semakin menyadari bahwa karyawan bukanlah tenaga yang siap untuk eksploitasi demi mengeruk keuntunga yang sebesar-besarnya. Justru sebaliknya, karyawan semakin dianggap sebagai subjek utama dari bisnis suatu perusahaan yang sangat menentukan berhasil tidaknya, bertahan tidaknya perusahaan tersebut.

Bisnis sangat berkaitan dengan etika bahkan sangat mengandalkan etika. Dengan kata lain, bisnis memang punya etika dan karena itu etika bisnis memang relevan untuk dibicarakan. Argumen mengenai keterkaitan antara tujuan bisnis dan mencari keuntungan dan etika memperlihatkan bahwa dalam iklim bisnis yang terbuka dan bebas, perusahaan yang menjalankan bisnisnya secara baik dan etis, yaitu perusahaan yang memperhatikan hak dan kepentingan semua pihak yang terkait dengan bisnisnya, akan berhasil dan bertahan dalam kegiatan bisnisnya.

Dari semua kajian dan dari praktik yang sudah banyak terjadi dalam kehidupan bisnis tujuan etika bisnis adalah menggugah kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis yang baik dan tidak melakukan hal-hal yang bisa merugikan banyak pihak yang terkait dalam bisnis tersebut.

 Etika bisnis mengajak para pelaku bisnis mewujudkan citra dan manajemen bisnis yang baik (etis) agar bisnis itu pantas dimasuki oleh semua orang yang mempercayai adanya dimensi etis dalam dunia bisnis. Hal ini sekaligus menghalau citra buruk dunia bisnis sebagai kegiatan yang kotor, licik, dan tipu muslihat. Kegiatan bisnis mempunyai implikasi etis, dan oleh karenanya membawa serta tanggungjawab etis bagi pelakunya

Etika Bisnis adalah seni dan disiplin dalam menerapkan prinsip-prinsip etika untuk mengkaji dan memecahkan masalah-masalah moral yang kompleks dalam bisnis.

**Daftar Pustaka**

Ahmad, Mustaq, 2001. Etika Bisnis dalam Islam. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar

Badroen, Faishal dkk, 2007. Etika Bisnis Dalam Islam. Jakarta : Kencana

Karim, Adiwarman, 2001. Ekonomi Islam, Suatu Kajian Ekonomi Makro. Jakarta: IIIT Indonesia

Karim, M. Rusli, 1992. Berbagai Aspek Ekonomi Islam. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana

Raharjo, M. Dawam, 1995. Etika Bisnis Menghadapi Globalisasi. Jakarta : LP3ES

Suseno, Franz Magnis, 1994. Etika Bisnis : dasar Dan Aplikasinya. Jakarta : Gramedi

Etika bisnis sangat dibutuhkan oleh semua pengusaha baru maupun pengusaha yang sudah lama terjun di dunia bisnis. Tujuan etika bisnis bagi pengusaha adalah untuk mendorong kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan bagi para pengusaha atau pelaku bisnis untuk menjalankan *good business* dan tidak melakukan *monkey business* atau *dirty business*. Di mana, hal itu dapat merugikan banyak pihak yang terkait.

Dengan etika bisnis, para pelaku bisnis memiliki aturan yang dapat mengarahkan mereka dalam mewujudkan citra dan manajemen bisnis yang baik, sehingga dapat diikuti oleh semua orang yang memercayai bahwa bisnis tersebut memiliki etika yang baik. Memiliki etika bisnis juga dapat menghindari citra buruk seperti penipuan, serta cara kotor dan licik. Bisnis yang memiliki etika baik biasanya tidak akan pernah merugikan bisnis lain, tidak melanggar aturan hukum yang berlaku, tidak membuat suasana yang tidak kondusif pada saingan bisnisnya, dan memiliki izin usaha yang sah.

**Menyebutkan Nama**

Pengusaha yang mengerti etika bisnis, biasanya akan menyebutkan nama secara lengkap ketika bertemu dengan orang baru. Hal ini penting dilakukan untuk menunjukkan bahwa Anda memiliki etika yang baik. Namun, jika nama Anda terlalu panjang untuk diucapkan, Anda dapat menyingkatnya sedikit.

**Berdiri Saat Berkenalan**

Selain menunjukkan kesopanan, berdiri saat memperkenalkan diri juga mempertegas kehadiran Anda. Namun, jika kondisinya tidak memungkinkan untuk berdiri, Anda dapat sedikit membungkuk. Dengan begitu, rekan bisnis akan melihat bahwa Anda adalah orang memiliki nilai positif dan memiliki citra baik.

**Ucapkan Terima Kasih**

Ketika Anda menghadiri suatu acara bisnis jangan pernah lupa untuk mengucapkan terima kasih, misalnya “*terima kasih sudah datang*”. Namun, jangan pernah ucapkan kata tersebut secara berlebihan. Dengan mengucapkan terima kasih secara berlebih, rekan kerja akan memandang bahwa Anda sangat membutuhkan bantuan dari mereka. Dan setelah pertemuan selesai, ada baiknya untuk mengirimkan pesan dan mengucapkan terima kasih melalui *email*.

**Bayar Tagihan Ketika Mengundang**

Terkadang pertemuan bisnis dilakukan di luar kantor, misalnya di sebuah kafe, restoran, dan lain sebagainya. Sebagai tuan rumah yang mengundang pertemuan, ada baiknya membayar tagihan tersebut. Jika rekan bisnis menolak karena alasan dia laki-laki dan Anda perempuan, Anda tetap harus membayarnya dan katakan bahwa perusahaan akan menggantinya.

Itulah pengertian, tujuan, dan contoh etika bisnis yang harus dimiliki. Dengan memiliki etika bisnis yang baik, perusahaan akan memiliki daya saing yang tinggi hingga memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai. Untuk menciptakan etika bisnis, Anda harus memulainya dengan perencanaan yang strategis, organisasi yang baik, dan sistem prosedur yang transparan.

Selain etika bisnis, perusahaan juga harus memiliki laporan keuangan yang tepat. Tanpa adanya laporan keuangan, perusahaan tidak akan dapat berkembang dengan mudah. Jurnal adalah *software* akuntansi *online* yang membantu Anda menyiapkan laporan keuangan secara instan. Dengan Jurnal, Anda juga dapat mengelola keuangan di mana pun dan kapanpun, serta memonitornya secara *realtime*. Info lebih lanjut mengenai Jurnal dapat Anda lihat [di sini](https://www.jurnal.id/id/product_tour).

LINGKUNGAN BISNIS

* Tuntutan Shareholder dan Masyarakat terhadap keberadaan bisnis dan profesi makin meningkat:
	+ Stakeholder menghendaki agar kegiatan bisnis menghargai nilai-nilai & kepentingan mereka
	+ Corporate directors diminta mengelola bisnis dgn etis
	+ Perusahaan diminta utk lebih bertanggung jawab, transparan, dan etis
	+ Kinerja tidak lagi diukur dari “berapa yg diperoleh”, tetapi “bagaimana hasil tersebut dicapai secara etis”

**Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Bisnis**

* Physical
	+ Kualitas air dan udara, keamanan
* Moral
	+ Kebutuhan akan kejujuran (*fairness*) dan keadilan (equity)
* Bad Judgment
	+ Kesalahan operasi, kompensasi eksekuitf
* Activist Shareholders

Shareholders etis, konsumen dan environmentalist

* Economic
	+ Kelemahan, tekanan utk bertahan
* Competition
	+ Tekanan global
* Financial Malfeasance
	+ Berbagai skandal akuntansi dan keuangan
* Governance Failures
	+ Pengakuan thd arti penting good governance dan isu-isu etika
* Accountability
	+ Kebutuhan akan transparansi
* Synergy
	+ Publisitas, perubahan-perubahan yg berhasil
* Institutional Reinforcement
	+ Hukum/UU baru utk mereformasi praktik bisnis dan profesi

HARAPAN BARU DALAM BISNIS:

* Accountability
	+ Kebutuhan akan transparansi
* Synergy
	+ Publisitas, perubahan-perubahan yg berhasil
* Institutional Reinforcement
	+ Hukum/UU baru utk mereformasi praktik bisnis dan profesi

Perubahan pandangan:

* Keberhasilan perusahaan ditentukan oleh ketergantungan antara bisnis dan masyarakat
* Sukses ditentukan oleh keseimbangan antara laba dan kepentingan stakeholders
* Sukses perusahaan ditentukan oleh kerangka yang berorientasi pada stakeholder luas termasuk “apa yang diperoleh” dan “bagaimana memperolehnnya”
* Muncul = stakeholder accountability model
* TREND BARU
	+ *Fiduciary responsibility* difokuskan ke public
	+ *Legal liability* bagi corporate directors
	+ Penjelasan manajemen kpd shareholder ttg kecukupan *internal control*
	+ Struktur *governance* diarahakan pada “bagaimana laba tertentu dihasilkan”
* NILAI (VALUE)

 Hypernorm

* + Nilai yang dihormati secara universal oleh stakeholders dan budaya seluruh dunia
	+ Berisi Nilai Dasar: Honesty, fairness, Compassion, Integrity, Predictability, Responsibility
* RISIKO
	+ Manajemen dan auditor hrs memperhatikan “*risk management (RM)”*
	+ RM = budaya, proses, dan struktur yang diarahkan untk mengelola secara efektif “potential opportunity” dan “adverse effect”
	+ RM dapat didesain utk menghindari “unfortunate consequences” yg melekat dari setiap risiko

Perkembangan etika bisnis

* Dari Shareholders ke Stakeholders
	+ Muncul “corporate social conduct”
* Stakeholder Impact Analysis
	+ Keputusan yang dibuat merefleksikan “ethical values”
* Five Question Approach
	+ Profitability
	+ Legality
	+ Fairness
	+ Impact on the right of each individual stakeholder
	+ Impact on environment
* Moral Standard Approach
	+ Whether it provides a net benefit to society
	+ Whether it is fair to all stakeholders
	+ Whether it is right
* ROLE AND CONDUCT
	+ Loyal terhadap Kepentingan Publik
	+ Menghindari *conflict of interest*
* GOVERNANCE
	+ International *code of conduct* bagi akuntan
	+ Reformasi berkaitan dengan tanggung jawab akuntan (SOX, CLERP)
* SERVICE OFFERED