

# ETIKA BISNIS & CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Oleh: Dr. Ir. Dedy Dewanto, MM, ACH

## Pengertian Etika Bisnis

Untuk memahami arti etika itu sendiri, apakah “etika”, maka perlu membandingkannya dengan moralitas. Baik etika dan moralitas sering dipakai secara bersamaan serta dapat dipertukarkan dengan pengertian yang sering disamakan dengan begitu saja. Sehubungan dengan hal tersebut, secara teoritis dapat membedakan dua pengertian etika yaitu berasal dari bahasa Yunani “Ethos” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hingga dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Hal ini 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 lainnya.

Pengertian tersebut relative sama dengan arti moralitas. Moralitas berasal dari bahasa latin “Mos” yang dalam bentuk jamaknya “Mores” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi pengertian secara umum, etika dan moralitas, sama-sama berarti merupakan system nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang-ulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.

Disamping itu etika juga dapat dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Dalam pengertian ini “etika” mempunyai pengertian yang jauh lebih luas daripada sekedar moralitas dan etika dalam pengertian pertama diatas.

Etika dalam pengertian kedua ini sebagai filsafat moral atau ilmu yang membahas nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas dan etika dalam pengertian pertama. Dengan demikian, **etika dalam pengertian pertama**, berisikan nilai dan norma-norma konkrit yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dan kehidupannya. Hal ini berkaitan dengan perintah dan larangan langsung yang nyata. **Etika dalam pengertian kedua**, adalah lebih normatif dan oleh karena itu mengikat setiap pribadi manusia.

Dengan demikian, etika dalam pengertian kedua dapat dirumuskan sebagai refleksi kritis dan rasional mengenai:

- a. Nilai dan norma yang menyangkut bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia. Misalnya: berbuat baik terhadap sesama manusia, saling toleransi, dan saling tolong-menolong untuk kebaikan dan sebagainya.
- b. Masalah-masalah kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada nilai-nilai dan norma-norma moral yang umum diterima.

## Kegiatan Bisnis dan Lingkungannya

### **Pengertian Bisnis**

Bisnis merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, organisasi ataupun masyarakat luas. Bisnis dibedakan menjadi 4 kegiatan:

1. Bisnis ekstratif: bisnis yang bergerak dalam jenis kegiatan pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung dalam perut bumi.
2. Bisnis agraris: bisnis yang bergerak dibidang pertanian, perkebuna serta kehutanan.
3. Bisnis industri: bisnis yang bergerak dibidang industri *manufacturing*.
4. Bisnis jasa: bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berujud, seperti jasa pendidikan, kecantikan, perbankan, kesehatan dan sebagainya.

### **Kegunaan Maupun Manfaat Bisnis**

Disamping adanya perbedaaan diatas juga ada perbedaan lain yaitu brdasarkan kegunaan atau kemanfaatan yang dihasilkan oleh bisnis itu. Dalam hal ini kegunaan maupun manfaat bisnis dibedakan menjadi 4 yaitu:

1. Kegunaan bentuk (*form utility*): bisnis yang menciptakan kegunaan bentuk adalah bisnis yang berusaha untuk mengubah suatu benda menjadi benda lain yang berbeda bentuknya sehingga menjadi lebih bermanfaat bagi manusia/ masyarakat.
2. Kegunaan tempat (*place utility*): bisnis yang bergerak dalam bidang transportasi atau pengangkutan, baik amgkutan barang maupun angkutan manusia.
3. Kegunaan waktu (*time utility*): bisnis yang bergerak dalam bidang penyimpanan.
4. Kegunaan pemilihan (*possession utility*): bisnis yang bergerak dalam bidang perdagangan/ pertokoan. Bisnis ini berusaha memindahkan pemilikan barang dari yang tadinya milik pabrik menjadi milik masyarakat.

### **Kesempatan melakukan kegiatan bisnis**

Kegiatan Bisnis adalah merupakan suatu kegiatan usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, pengusaha haruslah mulai cerdas untuk melihat adanya kebutuhan serta perubahan atau pergeseran terhadap kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kesempatan bisnis akan muncul dari kebutuhan manusia. Kita harus tahu bahwa masyarakat akan selalu tumbuh dan berkembang. Perkembangan ini meliputi perkembangan yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif.

- Pertumbuhan kuantitatif, berupa penambahan jumlah penduduk sebagai akibat dari kelahiran bayi dan penambahan umur penduduk serta kematian.
- Perkembangan kualitatif, berupa bertambahnya pendidikan, masyarakat akan lebih pandai, bertambahnya penghasilan akan membuat masyarakat lebih kaya.

### **Hierarki Kebutuhan Manusia, dari Abraham Maslow merupakan kebutuhan yang berjenjang mulai yang paling bawah sampai yang tertinggi**

Hampir semua manusia membutuhkan makanan, minuman, dan sebagainya bahkan tidak jarang juga membutuhkan penghargaan dari masyarakat untuk menunjukkan kebolehan dalam suatu bidang tertentu kepada masyarakat. Kebutuhan tersebut oleh Abraham Maslow dinamai “Teori Hierarki Kebutuhan Manusia”, yang menyebutkan bahwa kebutuhan manusia itu memiliki struktur yang berjenjang, mulai dari jenjang kebutuhan yang paling dasar sampai yang paling tinggi. Adapun hierarki kebutuhan manusia itu adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan fisiologik (jasmaniah/ fisik): kebutuhan dasar/fisiologik, terhadap kebutuhan ini dapat dilaksanakan usaha atau bisnis makanan, pakaian dan sebagainya.

2. **Kebutuhan rasa aman:** kebutuhan rasa aman, dalam hal ini bisnis dapat dieksploitasikan, misalnya bisnis sepatu, helm dan sebagainya.
3. **Kebutuhan sosial (kemasyarakatan/ berteman):** kebutuhan ini adalah kebutuhan kemasyarakatan maka bisnisnya adalah berupa usaha pendidikan umum, pendidikan keterampilan dan sebagainya.
4. **Kebutuhan harga diri:** suatu produk-produk yang dapat dikembangkan guna memenuhi kebutuhan ini adalah berupa produk yang bermutu lebih baik, seperti restoran yang bagus serta barang-barang mewah.
5. **Kebutuhan aktualisasi diri (pernyataan jati diri):** sebuah bisnis yang melayani kebutuhan ini adalah berupa bisnis yang mampu membawa atau menunjukkan jati diri seseorang, misalnya arena balap sepeda, sepeda motor, arena pameran lukisan dan sebagainya.

### **Pengaruh Lingkungan**

Perkembangan masyarakat sangat dipengaruhi perkembangan masyarakat, baik lingkungan alam maupun lingkungan sosial kemasyarakatan. Suatu keadaan dimana tersedia tanah perumahan semakin sulit mendorong masyarakat untuk menyenangi rumah susun. Faktor tersebut akan menimbulkan kesempatan atau potensi bisnis serta pergeseran-pergeseran terhadap potensi bisnis itu. Faktor-faktor tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Faktor alam

Merupakan faktor lingkungan alam sangat berpengaruh terhadap kesempatan bisnis beserta perkembangannya. Suatu Negara kaya akan lahan pertanian yang subur seperti Indonesia akan lebih cenderung untuk mengembangkan kesempatan bisnis dari hasil-hasil pertanian.

#### 2. Faktor ekonomi

Merupakan faktor yang sangat mempengaruhi potensi dunia usaha. Kondisi Ekonomi yang tumbuh (growth) atau sering juga disebut boom atau prosperity akan mengakibatkan naiknya penghasilan masyarakat yang akhirnya akan meningkatkan kebutuhan masyarakat dalam segala bidang baik kuantitatif maupun kualitatif.

#### 3. Faktor teknologi

Adalah merupakan suatu ilmu yang mengupayakan agar selalu dapat tercipta metode-metode kerja yang lebih baik dalam melakukan suatu pekerjaan.

#### 4. Faktor sosial

Yaitu masyarakat tumbuh dan berkembang, misalnya adanya perkembangan pendidikan membuat masyarakat lebih pandai dan ingin lebih baik di masa depannya, sehingga semua orang mendambakan menjadi pemuda yang professional atau yang sering dikenal sebagai "*Yuppies*" singkatan dari *Young and Professionals*.

#### 5. Faktor budaya

Adalah dengan perkembangan yang bagus dan menarik di tanah air saat ini adalah kesadaran untuk melestarikan budaya nasional milik Bangsa. Kondisi ini memiliki manfaat ganda yaitu pertama menangkal masuknya budaya asing yang kurang sesuai

dengan budaya kita dan kedua adalah menjadikan bisnis kita menjadi raja dinegeri sendiri.

#### 6. Faktor pemerintah

Berupa kebijakan pemerintah akan sangat memengaruhi kesempatan bisnis maupun kondisi bisnis pada umumnya. Kebijaksanaan deregulasi yang dilakukan pemerintah Republik Indonesia selama ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis kita yang semakin mantap baik dalam volume omset maupun daya saingnya. Secara kuantitatif dunia bisnis telah berkembang dengan pesat terbukti dari perkembangannya volume ekspor yang semakin lama semakin meningkat.

#### 7. Hubungan/ pergaulan internasional

Adalah hubungan antar bangsa. Saat ini kita sedang masuk dalam abad komunikasi. Dalam keadaan seperti ini dapat diketahui suatu kejadian di seluruh dunia. Dengan kondisi seperti ini maka tidak satu pun Negara yang luput dari pengaruh Negara lainnya. Politik suatu negara sangat berpengaruh pada kebijaksanaan Negara lain. Hal ini menimbulkan gejala “ Globalisasi”. Gejala ini mempunyai hubungan yang sangat erat kaitannya dengan dunia bisnis , dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa kegiatan bisnis suatu Negara yang baik dan kuat akan cepat memengaruhi bisnis Negara lain.

### **Perkembangan Dinamika Lingkungan**

Dalam dunia usaha & kegiatan bisnis terdapat banyak hal yang berpengaruh terhadap kesinambungan dunia usaha pada suatu daerah tertentu. Variabel-variabel dibawah ini secara tidak langsung memberi efek pada suatu perusahaan.

1. Variabel sosial, yang meliputi beberapa faktor sebagai berikut:
  - a) Faktor demografik/ demografis: seperti jumlah, komposisi dan pertumbuhan penduduk suatu wilayah.
  - b) Faktor gaya hidup: selera masyarakat, tren yang sedang digandrungi dan sebagainya.
  - c) Faktor nilai sosial: adat istiadat, norma yang berlaku, kebiasaan dan sebagainya.
2. Variabel ekonomi, hal yang berkaitan erat dengan indikator ekonomi yang berrifat umum mengukur tabungan, investasi, produktivitas dan sebagainya.
3. Variabel politik, faktor-faktor yang terkait dengan kondisi atau iklim perpolitikan di suatu daerah.
4. Variabel teknologi, perusahaan yang statis dan tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi cenderung akan tertinggal dibandingkan dengan perusahaan yang terus menerus melakukan adaptasi teknologi untuk membuat operasional usaha menjadi lebih efektif dan efisien.

### **Faktor Eksternal dan Internal Dunia Bisnis**

Pihak internal dunia usaha meliputi: karyawan, pemegang saham dan dewan direksi. Pihak eksternal dunia usaha meliputi: pelanggan/ konsumen, pemasok/ suplier/ vendor, pemerintah, serikat pekerja, pesaing, lembaga keuangan, lembaga konsumen, kelompok khusus dan pihak yang berkepentingan lain.

## **Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap karyawannya atau yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.**

Merupakan sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan secara sukarela (European Commission 2011). Di Indonesia, kewajiban melakukan tanggung jawab sosial perusahaan telah diwajibkan oleh pemerintah dan tertera di dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Republik Indonesia yaitu UU No.40 Tahun 2007. Meskipun pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan telah ditulis di Undang-Undang, tetapi pelaksanaannya sejauh ini masih kurang dan setengah-setengah dijalankan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Hampir sebagian besar perusahaan menggunakan CSR hanya sebagai *marketing gimmick* untuk melakukan *corporate greenwash* atau pengelabuan citra perusahaan semata. Sementara banyak juga perusahaan –perusahaan yang ingin melaksanakan CSR dengan sungguh-sungguh. Beberapa permasalahan dalam pelaksanaan CSR di Indonesia dalam mewujudkan pelaksanaan GCG (*Good Corporate Governance*) ditemukan adanya permasalahan transparansi perusahaan dalam mengelola dan memberikan *cost* sosialnya kepada masyarakat. Belum adanya ataupun tidak adanya aturan-aturan yang mengatur secara terperinci bagaimana pengelolaan CSR. Ada bentuk penyimpangan yang dilakukan perusahaan dalam melaksanakan CSR-nya, jika dilihat pada program-program bantuan bencana alam, banyak perusahaan khususnya media elektronik yang membuka rekening bantuan untuk menghimpun dana dari masyarakat. Namun dalam pemberian bantuan mereka mengatasnamakan perusahaan mereka, ini merupakan suatu bentuk penipuan bagi masyarakat.

Selain itu pelaksanaan CSR di Indonesia menimbulkan berbagai permasalahan baik itu dari masyarakat, pemerintah, maupun perusahaan itu sendiri. Permasalahan yang datang dari masyarakat, kadang kala masyarakat belum siap untuk diajak mengimplementasikan CSR terutama bila sifatnya partisipatif, dimana masyarakat tidak mau diajak berubah hanya ingin mendapatkan bantuan saja berupa kucuran dana (filantropi) serta kultur dan terkadang *capacity building* ketika masyarakat tidak bisa menyerap keinginan perusahaan. Sementara dari perusahaan masih banyak perusahaan yang telah menjalankan CSR-nya hanya untuk meningkatkan citra perusahaan bahkan ada beberapa perusahaan sama sekali tidak mau menjalankan CSR-nya.

### **Definisi tanggung jawab sosial terhadap lingkungan**

Kemampuan perusahaan untuk menutupi implikasi lingkungan yang berasal dari produk operasi dan fasilitas, menghilangkan limbah dan emisi, memaksimalkan efisiensi dan produktivitas sumber daya alam dan meminimalkan praktik-praktik yang buruk dapat mempengaruhi kenikmatan sumber daya alam suatu negara bagi generasi mendatang (Mazurkiewich 2011 dalam paper: “*Corporate Environmental Responsibility: Is a Common CSR Framework Possible*”).

Dapat disimpulkan bahwa **tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan** merupakan hal penting bagi setiap perusahaan untuk dapat mengatur, mengolah dan mempergunakan lingkungan sebaik-baiknya untuk tidak hanya menguntungkan dan meningkatkan efisiensi bisnis setiap perusahaan.

Terkait dengan pelaksanaan CSR pada lingkungan eksternal perusahaan, **Konosuke Matsushita** mengemukakan:

- Perusahaan yang mengolah sumber daya alam maupun sumber daya manusia pada dasarnya adalah merupakan milik publik serta bertanggung jawab untuk memberi manfaat pada masyarakat.
- Pelaku bisnis membutuhkan lingkungannya, oleh karena itu sikap responsif terhadap kebutuhan lingkungan menjadi keharusan.
- Selain tuntutan lingkungan yang tertera pada regulasi, tidak bisa diabaikan pula tuntutan lingkungan yang tidak secara langsung disebutkan dalam peraturan publik.

### **Ketergantungan pada Lingkungan Perusahaan**

Jika pada suatu kawasan yang kaya sumber daya alam, beroperasi perusahaan internasional yang meraup keuntungan besar, tetapi masyarakat di lingkungan sekitarnya didera kemiskinan, tentu terjadi ketidakadilan social yang perlu diluruskan. Ironi demikian juga terjadi pada beberapa kawasan kaya sumber daya alam di Indonesia, seperti di Papua dan Kalimantan. Untuk menciptakan keadilan sosial, dibutuhkan kerjasama antara perusahaan, pemerintah dan komunitas yang mencakup masyarakat dan organisasi nonpemerintah. Potensi dunia bisnis untuk menjalankan perubahan sosial melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial tidak dapat tercapai optimal jika aturan tidak ditegakkan, bahkan oleh penegak hukum. Kemitraan antara pemerintah, dunia usaha dan komunitas hanya dapat berjalan jika ada sikap keterbukaan.

### **Budaya Perusahaan (*Corporate Culture*)**

Secara sederhana Budaya Perusahaan pada prinsipnya didefinisikan sebagai: **Begitulah cara kami bekerja disini**. Namun kalau menginginkan arti yang lebih atau secara akademis maka Budaya Perusahaan bisa didefinisikan sebagai: **Nilai-nilai pokok yang menjadi inti dari falsafah bekerja** dalam organisasi yang membimbing seluruh karyawan dalam bekerja, sehingga perusahaan akan mencapai sukses dalam usahanya. Beberapa pokok-pokok pemikiran mengenai Budaya Perusahaan, sebagai berikut:

- ☐ **Budaya** merupakan satu set nilai, penuntun, kepercayaan, pengertian, norma, falsafah, etika dan cara berpikir.
- ☐ Budaya yang ada di suatu lingkungan, sangat besar pengaruhnya terhadap pembentukan pribadi yang berada didalam lingkungan tersebut.
- ☐ **Perusahaan** adalah sebuah lembaga yang terdiri dari banyak karyawan yang merupakan individu yang berasal dari latar belakang yang berbeda.
- ☐ **Budaya perusahaan** dapat membantu perusahaan mencapai sukses. Untuk dapat memanfaatkan budaya perusahaan dengan maksimal, maka perusahaan perlu menanamkan nilai-nilai yang sama pada setiap karyawannya.
- ☐ Kebersamaan dalam menganut budaya/ nilai-nilai yang sama menciptakan rasa kesatuan dan percaya dari masing-masing karyawan.
- ☐ Pada umumnya perusahaan-perusahaan dunia yang sukses adalah perusahaan yang memiliki budaya kerja yang kuat.

## **Etika dan Tanggung Jawab Sosial dalam Manajemen Stratejik**

Tanggung jawab Sosial: mengusulkan bahwa setiap perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang melebihi dari sekedar menciptakan profit (laba).

### **Tanggung Jawab Suatu Perusahaan Bisnis**

- **Friedman's Traditional View of Business Responsibility**

Urging a return to a laissez-faire worldwide economy with a minimum of government regulation. Milton Friedman argues against the concept of social responsibility. A business person who acts “ responsibly” by cutting the price of the firm’s product to prevent inflation, or by making expenditures to reduce pollution, or by hiring the hard-core unemployed, according to Friedman, is spending the shareholder’s money for a general social interest. Even if the business person has shareholder permission or encouragement to do so, he or she is still acting from motives other than economic and may, in the long run, harm the very society the firm is trying to help. By taking the burden of these social costs, the business becomes less efficient-either prices go up to pay for the increased costs or investment in new activities and research is postponed. These results negatively affect-perhaps-fatally-the long frun efficiency of a business. Friedman thus referred to the social responsibility of business as a “fundamentally subversive doctrine” and stated:

“There is one and only one social responsibility of business – to use its resources and engage in activities designed to increase its profits so long as it stays within the rule of the game, which is to say, engages in open and free competition without deception or fraud”

Following Friedman’s reasoning, the management of General Mills was clearly guilty of misusing corporate assets and negatively affecting shareholder wealth. The millions spent in social services could have been invested in new product development or given back as dividends to the shareholders. Instead of general Mills’s management acting on its own, shareholders could have decided which charities to support.

So Friedman’s traditional view of a business firm, argues against the concept of social responsibility, by saying: Primary goal of business is profit maximization not spending shareholder money for the general social interest.

- **Carroll's Four Responsibility of Business**

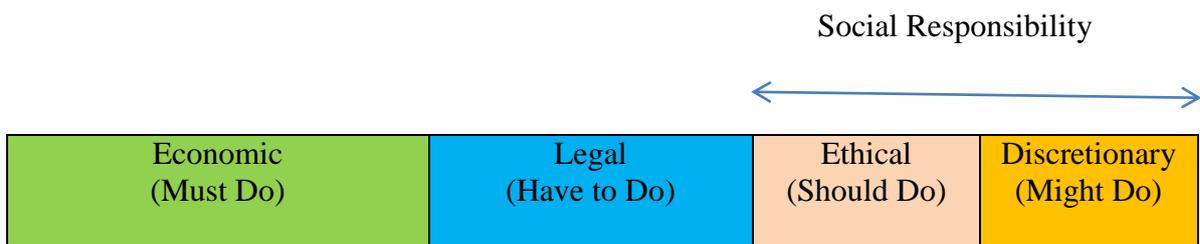
Friedman’s contention that the primary goal of business is profit maximization is only one side of an ongoing debate regarding corporate social responsibility (CSR). According to William J. Byron, Distinguished Professor of Ethics at Georgetown Unibversity and past-President of Catholic University of America, profita are merely a means to an end, not an end in itself. Just as person needs food to survive and grow, so does a business corporation need profits to survive and grow.” Maximizing profits is like maximizing food”. Thus, contends Byron, maximization of profits cannot be the primary obligation of business.

Archie Carroll proposes that the managers of business organizations have four responsibilities: economic, legal, ethical, and discretionary.

1. **Economic Responsibilities**

To produce goods and services of value to sociery so that the firm may repay its creditors and shareholders.

2. **Legal Responsibilities**  
Defined by government laws that management is expected to obey. For example, US business firms are required to hire and promote people based on their credentials rather than to discriminate on non-job-related characteristics such as race, gender, or religion.
3. **Ethical Responsibilities**  
To follow the generally held beliefs about behavior in society. For example, society generally expects firms to work with the employees and the community in planning for layoffs, even though no law may require this. The affected people can get very upset if an organization's management fails to act according to generally prevailing ethical values.
4. **Discretionary Responsibilities**  
The purely voluntary obligations a corporation assumes. Example are philanthropic contributions, training the hard-core unemployed, and providing day-care centers. The difference between ethical and discretionary responsibilities is that few people expect an organization to fulfill discretionary responsibilities, whereas many expect an organization to fulfill ethical ones.



Gambar 1. Responsibilities of Business

Social Capital refers to the goodwill of key stakeholders and provides a company with:

- i. **The ability to charge premium prices**  
Their environmental concerns may enable them to charge premium prices and gain brand loyalty (for example, Ben & Jerry's Ice Cream)
- ii. **Improved relationships with suppliers and distributors**  
Their trustworthiness may help them generate enduring relationships with suppliers and distributors without requiring them to spend a lot of time and money policing contracts (for example, Maytag)
- iii. **The ability to attract better talent**  
They attract outstanding employees who prefer working for a responsible firm (for example, Procter & Gamble)
- iv. **The ability to enter local and international markets**  
They more likely to be welcomed into a foreign country (for example, Levi Strauss)

- v. Goodwill in the eyes of public officials  
They can utilize the goodwill of public officials for support in difficult times (For Example, Minnesota supported Dayton Hudson's (now Target) fight to avoid being acquired by Dart Industries of Maryland).
- vi. Access to capital  
They are more likely to attract capital infusions from investors who view reputable companies as desirable long-term investments (for example, 3M).
- vii. Competitive advantage
- viii. Cost Savings

### **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Pentingnya tanggung jawab sosial (CSR) telah menjadi sebuah kewajiban bagi setiap perusahaan saat ini. CSR akan dijadikan program prioritas perusahaan dalam upaya menciptakan sebuah sinergi yang baik antara usaha yang dijalankan dan tanggung jawab pada lingkungan sekitar. Dengan turut berperan aktif dalam membangun masyarakat, diharapkan dapat menciptakan citra yang positif bagi perusahaan yang memiliki kepedulian sosial terhadap masyarakat, menciptakan kepedulian masyarakat terhadap program-program CSR yang dilakukan perusahaan dan meningkatkan *brand awareness* produk-produk perusahaan di masyarakat.

### **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Masyarakat**

Di dalam praktiknya di lapangan, suatu tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) oleh korporasi besar, khususnya di sector industry ekstraktif (minyak, gas dan pertambangan lainnya), saat ini sedang menjadi perhatian secara umum yang cukup tajam. Misalkan pada Kasus Buyat adalah sebuah contoh yang merupakan bukan kejadian terakhir kali, tentang bagaimana realisasi tanggung jawab sosial itu. Deskripsi ini bermaksud mencermati praktek tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan dengan peran aktif masyarakat sipil dalam memaknai dan turut berperan aktif dalam membentuk konsep kemitraan yang merupakan salah satu kondisi yang dibutuhkan dalam mewujudkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Dalam sebuah artikel yang berjudul "*How Should Civil Society (And The Government) Respond to Corporate Social Responsibility?*" merupakan pendapat dari Hamann dan Acutt (2003) membahas tentang motivasi yang mendasari kalangan bisnis menerima konsep CSR. Ada dua macam motivasi utama sebagai berikut:

1. Akomodasi, yaitu kebijakan bisnis yang hanya bersifat kosmetik, artifial dan parsial. CSR dilakukan untuk memberi citra sebagai korporasi yang tanggap terhadap kepentingan sosial. Singkatnya, realisasi CSR yang bersifat akomodatif tidak melibatkan perubahan mendasar dalam kebijakan bisnis korporasi sesungguhnya.
2. Legitimasi, yaitu motivasi yang bertujuan untuk memengaruhi wacana. Pertanyaan-pertanyaan absah apakah yang dapat diajukan terhadap perilaku korporasi, serta jawaban-jawaban apa yang mungkin diberikan dan terbuka untuk diskusi? Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa motivasi ini berargumentasi bahwa wacana CSR mampu memenuhi fungsi utama yang memberikan keabsahan pada sistem kapitalis dan lebih khusus, kiprah para korporasi raksasa.

Dalam kajian yang dilakukan oleh Mr Hamann dan Acutt, sangat relevan dengan situasi implementasi CSR di Indonesia. Khususnya dalam kondisi bermacam-macam pengertian konsep dan penjabarannya dalam program-program yang berhubungan dengan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan.

Selain itu, tampak pula kecenderungan pelaksanaan CSR di Indonesia yang sangat bergantung pada chief executive officer (CEO) korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak otomatis selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika CEO memiliki kesadaran moral bisnis berwajah manusiawi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang layak. Sebaliknya, jika orientasi CEO-nya hanya pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, profit besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi kebijakan CSR sekedar kosmetik.

Secara teoritis tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah mengasumsikan korporasi sebagai *agent of development* yang relatif penting, khususnya dalam hubungan dengan pihak pemerintah dan kelompok masyarakat sipil. Dengan alur pemikiran motivasi dasar, berbagai *stakeholder* kunci dapat memantau, bahkan menciptakan tekanan eksternal yang bisa “memaksa” sebuah korporasi untuk mewujudkan konsep dan penjabaran CSR yang lebih sesuai dengan kondisi yang ada di Negara Indonesia.

Dari perspektif masyarakat sipil, pola kemitraan sangat menguntungkan karena kegiatan bisnis memiliki berbagai sumber daya penting dan kapabilitas yang dapat digabungkan untuk tujuan-tujuan pembangunan. Misalnya, dalam pembangunan infrastruktur industry pertambangan di wilayah-wilayah pedalaman mampu menyumbang atau memberikan kontribusi secara signifikan pada penyediaan berbagai fasilitas-fasilitas public yang dibutuhkan dan yang dapat dilihat dalam perkembangan kota Sangatta, Pekanbaru, dan Balikpapan.

Namun, peran masyarakat sipil dalam pendayagunaan berbagai sumber daya dan kapabilitas perlu disalurkan dan diperkuat oleh organisasi nonpemerintah dan pemerintah. Artinya kemitraan adalah prasyarat dasar. Dalam konteks kemitraan yang dikenal dengan istilah “kompetensi inti pelengkap” (*complementary core competence*). Dalam hal kapasitas rekayasa teknis, logistic, finansial, dan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh korporasi dapat diintegrasikan dengan modal sosial, ekonomi, budaya, dan pengetahuan local. Hal ini tentu juga dengan kerangka acuan pembangunan yang lebih luas dan merata yang dilakukan oleh pemerintah.

Peningkatan posisi tawar dari masyarakat sipil masih harus diperjuangkan. Masyarakat sipil perlu memainkan peran lebih aktif dalam membentuk wacana tentang CSR. Hal ini mengisyaratkan kalangan organisasi nonpemerintah juga harus lebih memahami agenda CSR. Bukan hanya retorikanya, tetapi juga unsur-unsur terukurnya, seperti aspek legislasi dan berbagai indikator kuantitatif keberhasilan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## **CSR Terhadap Global Warming**

Berbagai fenomena alam yang terjadi, terlihat bahwa efek negatif dari pemanasan global semakin hari intensitasnya semakin tinggi. Dengan kata lain bahwa kondisi ini membutuhkan perhatian yang khusus oleh semua pihak, termasuk oleh perusahaan. Dalam akuntansi konvensional, pusat perhatian perusahaan hanya terbatas kepada *stock holders* dan *bond*

*holders*, yang secara langsung memberikan kontribusinya bagi perusahaan sedangkan pihak-pihak lainya sering diabaikan. Hal ini mendorong munculnya konsep akuntansi yang baru disebut sebagai *Corporate Social Responsibility*.

*Corporate Social Responsibility* menunjukkan pada transparansi dampak sosial atas kegiatan/aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak (*externalities*) sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan. Dengan mengacu pada hasil Konferensi Tingkat Tinggi Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Janeiro Brazilia pada tahun 1992, menyepakati perubahan dalam paradigma pembangunan dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Dalam perspektif perusahaan, hal yang dimaksud berkelanjutan adalah suatu program sebagai dampak dari usaha-usaha yang telah dilakukan.

Ada 5 faktor sehingga konsep keberlanjutan menjadi penting:

1. Ketersediaan dana
2. Misi lingkungan
3. Tanggung jawab sosial
4. Terimplementasi dalam kebijakan (masyarakat, korporat dan pemerintah)
5. Memiliki nilai keuntungan/ manfaat

*Sustainable development* memerlukan dua prakondisi yaitu tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dan tanggung jawab lingkungan (*environment responsibility*). Dengan dapat terpenuhinya tanggung jawab sosial dan lingkungan akan lebih memudahkan tercapainya pembangunan yang berkelanjutan sebab sumber-sumber produksi yang sangat penting bagi aktifitas perusahaan yaitu tenaga kerja, bahan baku, dan pasar dapat lebih terpelihara. Ketiga konsep ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya (*Corporate Social Responsibility*). Prinsip yang berkelanjutan serta mengedepankan pertumbuhan, khususnya bagi masyarakat miskin dalam mengelola lingkungannya dan kemampuan institusinya dalam mengelola pembangunan, serta strateginya adalah kemampuan untuk mengintegrasikan dimensi ekonomi, ekologi, dan sosial yang menghargai kemajemukan ekologi dan sosial-budaya. Kemudian dalam proses pengembangannya tiga *stakeholder* inti diharapkan mendukung penuh, diantaranya perusahaan, pemerintah, dan masyarakat. Dengan konsep pembangunan yang berkesinambungan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Disini *bottom lines* selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Karen kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Dengan adanya keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin, apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Telah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat, dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan hidupnya. Pada akhirnya keberlanjutan dan kelestarian bumi juga akan lebih terjamin.

## **Etika dalam Kepemimpinan Manajerial**

Etika bisnis adalah bisnis setiap orang disetiap hari yang meliputi orang-orang dan tindakan mereka maka etika bisnis termasuk semua manajer dan hubungan bisnis mereka dan juga tindakan-tindakan mereka. Tindakan-tindakan manajerial mereka selalu mempunyai dimensi etika, hal yang pertama yaitu **Manajer tidak dapat bekerja dengan ekonomi murni tanpa menyentuh kehidupan manusia.** Artinya, seorang manajer tidak dapat bekerja sendiri tanpa bantuan dari anak buahnya. Kepemimpinan yang baik dalam bisnis adalah kepemimpinan yang beretika.

**Tipe manajer yang sukses adalah memiliki pengaruh intelegensi dalam memimpin.** Harus dapat selalu menentukan rencana guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Manajer harus dapat menggunakan kepandaiannya untuk menghadapi segala masalah dengan bijaksana.

**Formula kepemimpinan yang baik adalah dengan memiliki integritas, kemitraan dan penegasan.** Integritas diperoleh dari respek dan kepercayaan. Kemitraan adalah mengumpulkan potensi-potensi yang ada dari anggota tim. Penegasan berarti menjadikan orang lain mengerti dan mengetahui apa yang dilakukannya adalah penting dan orang-orang itu juga merasa dihargai.

**Kepemimpinan bersifat dua arah.** Dimana kepemimpinan bukanlah merupakan apa yang Anda lakukan terhadap orang lain, melainkan apa yang Anda lakukan bersama orang lain. Dalam tim kita tidak bekerja sendiri. Masing-masing anggota mengemban tugas masing-masing dan mereka bekerja mandiri, tetapi masih bergantung dan berkesinambungan satu sama lainnya. Dalam tim dibutuhkan kerjasama dan kekompakan yang akan menjadikan tim tersebut kuat dan solid. Dalam sebuah tim, sangat dibutuhkan kepercayaan. Kepercayaan berarti membiarkan orang lain melakukan apa yang menjadi tugas dan wewenangnya serta bertindak secara sama, tetapi masih di dalam batas kewajaran.

**Pemimpin harus selalu menghormati peraturan/ undang-undang yang telah ditetapkan bersama.** Kepercayaan terjadi apabila nilai dan tingkah laku bertemu. Orang-orang akan semakin menaruh respek dan kepercayaan kepada pemimpin, apabila yang diucapkan sang pemimpin sama dengan apa yang dilakukannya, secara konsisten. Kunci keberhasilan kepemimpinan yang efektif terletak pada hubungan yang dibentuk bersama anggota tim lainnya.

**Pemimpin harus legowo menerima kritikan dari bawahan,** sebagai cambukan agar bekerja lebih baik di kemudian hari. Formula rahasia yang kedua ini berakar dari berbagai informasi. Membagikan gambaran besar akan menjadikan setiap orang berada di halaman yang sama. Selain itu, waktu untuk berdiskusi secara satu per satu akan menambah kualitas kemitraan itu sendiri. Hubungan menjadi lebih dekat (dalam batas wajar), menjalankan tugas tersa lebih ringan apabila dikerjakan secara bersama-sama dan saling percaya.

**Pemimpin juga diharapkan memberikan pujian, bila hasil kerja anggota timnya memang bagus.** Pemimpin jangan terlalu gengsi atau menjaga jarak. Karena pujian juga merupakan hal yang sangat penting dalam kepemimpinan. Pujian yang efektif apabila diberikan secara spesifik, tulus, dan dengan cepat setelah kejadian yang layak beroleh pujian terjadi. Pujian merupakan jalan terbaik bagi seseorang untuk mengetahui kalau karyanya diakui sehingga ia akan semakin berkeinginan untuk lebih maju lagi dalam berkarya.

**Pemimpin yang baik juga harus dapat menilai, mengembangkan, dan mempertahankan kemampuan kepemimpinan pribadi sepanjang waktu.** Dapat menginspirasi dan memotivasi orang lain (bawahannya). Menumbuhkan kepemimpinan yang disegani dalam tim dan organisasi atau perusahaan. Meningkatkan *resonance* (kewibawaan) untuk dapat selalu mendorong kinerja bawahan. Salah satu aspek yang sangat penting daripada seorang pemimpin adalah *Emotional Intelligence*-nya. Dimana peran kecerdasan emosi sangat penting dalam kepemimpinan. Emosi pemimpin itu dapat menular ke seluruh organisasi. Bila seorang pemimpin selalu memancarkan energy dan antusiasme dalam bekerja, kinerja organisasi atau perusahaan pun akan meningkat.

### **Pancasila sebagai Landasan Etika Bisnis**

Dalam system ekonomi global yang sedang melanda dunia termasuk di Indonesia, dampaknya sudah sangat terasa, yang mana timbul pemikiran bagaimana menghadapi perubahan ekonomi yang begitu sangat cepat. Oleh karena itu diperlukan suatu system yang dapat mengakomodasi perubahan-perubahan yang terjadi di dunia bisnis khususnya. Dalam rangka upaya pencarian system ekonomi yang tepat dan sesuai sebenarnya sering kali didiskusikan oleh pakar-pakar ekonomi di Indonesia, baik seminar maupun musyawarah nasional dan sebagainya.

Pancasila dan UUD 1945 yang diamandemen rasanya masih sesuai dengan kepribadian bangsa dan Negara Indonesia, terutama yang tercantum pada pasal 33. Selanjutnya menurut Prof Mubyarto mengatakan bahwa: “dalam hubungan dengan system ekonomi, dapat kita simpulkan bahwa system ekonomi Pancasila yang demokratis dan berkeadilan sosial adalah system yang mampu menjamin keadilan ekonomi, dan sekaligus menjamin pembagian (distribusi) yang adil setelah setiap proses produksi terselesaikan”.

Bangsa Indonesia saat ini sudah berhasil merumuskan norma-norma etik sebagai pedoman dalam bersikap dan bertingkah laku. Norma-norma etik tersebut bersumber pada Pancasila sebagai nilai budaya bangsa. Rumusan norma etik tersebut tercantum dalam ketetapan MPR No VI/MPR/2001 tentang Etika Kehidupan Bermasyarakat, Berbangsa, dan Bernegara. TAP MPR tersebut merupakan penjabaran nilai-nilai Pancasila sebagai pedoman dalam berpikir, bersikap, dan bertingkah laku yang merupakan suatu cerminan dari nilai-nilai keagamaan dan kebudayaan yang sudah mengakar dalam kehidupan bermasyarakat.

Rumusan tentang Etika Kehidupan Berbangsa ini disusun dengan maksud membantu memberikan penyadaran tentang arti penting tegaknya etika dan moral dalam kehidupan berbangsa. Pokok-pokok etika dalam kehidupan berbangsa mengedepankan kejujuran, amanah, keteladanan, sportifitas, disiplin, etos kerja, kemandirian, sikap toleransi, rasa malu, tanggung jawab, menjaga kehormatan, serta martabat diri sebagai warga bangsa.

Salah satu etika Bangsa Indonesia adalah etika ekonomi dan bisnis. Sistem ekonomi suatu Negara tentunya akan mempengaruhi etika bisnis dan profesi bangsa tersebut. Indonesia pernah menganut system ekonomi sosialis dan kapitalis yang bertentangan dengan ideology bangsa. Kedua system tersebut hanya ditujukan untuk mengejar kemakmuran/kenikamatan duniawi dengan hanya mengandalkan kemampuan pikiran rasional dan melupakan tujuan tertinggi umat manusia yaitu kebahagiaan di akhirat yang hanya dapat dicapai bila umat manusia mengakui dan menyadari keberadaan Tuhan sebagai kekuatan tak terbatas.

Sistem ekonomi Pancasila memadukan hal-hal positif yang ada pada kedua system ekonomi ekstrem yaitu komunis dan kapitalis. Ciri keadilan dan kebersamaan pada system ekonomi Pancasila diambil beberapa dari system komunis, ciri hak dan kebebasan individu diambil beberapa dari system kapitalis, ditambah dengan ciri ketiga "In God We Trust" yang tidak ada pada kedua system tersebut, yaitu kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dengan memberikan kebebasan rakyatnya memeluk agama sesuai dengan keyakinan masing-masing. Secara teoritis, system ekonomi Pancasila merupakan pondasi yang paling baik dan paling sesuai untuk membangun hakikat manusia seutuhnya.

Landasan moral dapat memberikan tuntutan, bagaimana pelaksanaan suatu bisnis dikendalikan oleh suatu dasar filsafat yang sama sekali menolak hubungan yang bersifat menindas, oleh karena itu hubungan yang bertolak belakang seperti hal bertentangan dengan kemanusiaan yang adil dan beradab. Dengan adanya akumulasi sejumlah modal berikut penikmatan hasil kemajuan perekonomian oleh sekelompok orang saja adalah tidak bersifat manusiawi serta bertentangan dengan falsafah keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Agar supaya semua cita-cita yang terkandung dalam pembukaan maupun batang tubuh UUD 1945 maupun yang berupa perwujudan hasrat bangsa Indonesia tidak menjadi hanya sebuah wacana, iselisme ini sebaiknya mengambil suatu ajaran yang mendasar dari bangsa dan Negara Indonesia. Dengan perkataan lain bahwa diperlukan landasan idiil yang benar-benar berasal dari sejarah perkembangan dan peradaban asli bangsa dan Negara Indonesia itu sendiri.

Etika bisnis yang berdasarkan Pancasila adalah sebuah etika yang bermartabat, sebuah etika yang tidak mementingkan sekelompok atau golongan tertentu, tetapi untuk kepentingan orang banyak yang lebih besar manfaatnya. Etika tersebut mencerminkan persaingan bisnis yang sehat yang tidak merugikan pihak lainnya, yang dapat membawa kesejahteraan dan kemakmuran bagi rakyat Indonesia. Dengan demikian diharapkan kegiatan bisnis yang beretika, bermoral, serta bermartabat dapat diwujudkan baik di masa sekarang maupun di masa-masa mendatang.

### **Pancasila sebagai Sumber Norma Etik**

Bentuk usaha lain dalam mewujudkan Pancasila sebagai sumber nilai adalah dengan menjadikan nilai dasar Pancasila sebagai sumber pembentukan norma etik (norma moral) dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Nilai-nilai Pancasila adalah nilai moral. Oleh karena itu, nilai Pancasila juga dapat diwujudkan ke dalam norma-norma moral (etik). Norma-norma Etika dimaksud selanjutnya dapat digunakan sebagai pedoman dalam bersikap dan bertingkah laku dalam kehidupan bernegara dan bernegara. Bangsa Indonesia saat ini sudah berhasil merumuskan norma-norma etik sebagai pedoman dalam bersikap dan bertingkah laku. Norma-norma etika tersebut bersumber pada Pancasila sebagai nilai budaya bangsa. Rumusan norma etik tersebut tercantum dalam ketetapan MPR No.VI/MPR/2001 tentang Etika Kehidupan Bermasyarakat, Berbangsa, dan Bernegara.

Pada TAP MPR No VI/MPR/2001 tentang Etika Kehidupan Berbangsa, Bernegara, dan Bermasyarakat merupakan penjabaran nilai-nilai Pancasila sebagai pedoman dalam berpikir, bersikap, dan bertingkah laku yang merupakan cerminan dari nilai-nilai keagamaan dan kebudayaan yang sudah mengakar dalam kehidupan bermasyarakat.

## Etika Ekonomi Bisnis

Etika ekonomi dan bisnis dimaksudkan agar prinsip dan perilaku ekonomi, baik oleh pribadi, institusi maupun pengambil keputusan dalam bidang ekonomi, dapat melahirkan kondisi dan realitas ekonomi yang mencerminkan persaingan yang jujur, berkeadilan, mendorong berkembangnya etos kerja ekonomi, daya tahan ekonomi dan kemampuan bersaing, serta terciptanya suasana kondusif untuk pemberdayaan ekonomi rakyat melalui usaha-usaha bersama secara berkesinambungan. Hal itu bertujuan untuk menghindari terjadinya praktik-praktik monopoli, oligopoly, kebijakan ekonomi yang bernuansa KKN ataupun rasial yang berdampak negative terhadap efisiensi, persaingan sehat, dan keadilan; serta menghindarkan perilaku menghalalkan segala cara dalam memperoleh keuntungan.

Untuk lebih mendalam maka pengertian etika ekonomi adalah perilaku ekonomi yang mempunyai norma-norma dalam ekonomi baik secara pribadi institusi/kelembagaan serta dalam mengambil keputusan di bidang ekonomi, agar dapat terwujudnya ekonomi yang jujur dan dapat melahirkan persaingan yang sehat dan dapat mendorong terbentuknya kerjasama untuk membantu perekonomian yang lebih maju. Sementara arti **Bisnis** sebagai suatu fenomena sosial yang begitu hakiki tidak bisa dilepaskan dari aturan-aturan main yang selalu harus diterima dalam pergaulan sosial, termasuk juga aturan-aturan moral. Namun demikian, kadang-kadang kehadiran etika dalam bidang bisnis masih diragukan. Dalam masyarakat sering kali beredar anggapan bahwa bisnis tidak mempunyai hubungan dengan etika atau moralitas. Pelaku bisnis hanya menjalankan pekerjaan atau tugasnya sebagaimana matahari yang hanya berfungsi memancarkan cahaya serta panas saja.

Menurut pendapat dari De George, itu semua hanyalah mitos atau cerita dongeng saja. Ia menemukan tiga gejala dalam masyarakat yang menunjukkan sirnanya mitos tersebut, yaitu:

1. Media massa baik cetak maupun elektronik yang sering memuat liputan luas tentang skandal-skandal dalam bidang bisnis; bisnis ternayya disoroti tajam oleh masyarakat; sehingga masyarakat tidak ragu-ragu langsung mengaitkan bisnis dengan moralitas;
2. Bisnis diamati dan dikritik oleh semakin banyak Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), terutama LSM bidang pemerhati masalah konsumen dan LSM masalah pecinta lingkungan hidup dan apa yang disimak adalah yang berkonotasi etika;
3. Bahwa bisnis itu sendiri mulai prihatin dengan dimensi etis dalam kegiatannya;

Oleh karena itu, bisnis harus berlaku etis. Kebutuhan ini bisa ditinjau dari segi agama (teologis), segi filsafat yang modern, maupun filsafat Yunani kuno sekalipun. Menurut agama, sesudah kehidupan jasmani ini manusia hidup terus dalam dunia baka, dimana Tuhan sebagai hakim akan mempertimbangkan dan menghukum kebaikan dan kejahatan manusia. Pandangan ini didasarkan atas iman/kepercayaan. Meskipun tentu sangat diharapkan setiap pelaku bisnis akan dibimbing oleh iman/kepercayaannya, menjadi tugas agama mengajak para pemeluknya untuk tetap berpegang pada motivasi moral.

Suatu pendekatan yang menarik telah disarankan oleh Mark Casson. Beliau telah menyatakan bahwa sejumlah nilai etika dapat memberikan legitimasi atas tindakan ekonomi dan karenanya memebrikan suatu keuntungan “manfaat moral”, sedangkan tindakan yang dilihat sebagai tidak sah memberikan kerugian manfaat moral. Keuntungan atau kerugian manfaat moral akan dievaluasi dibandingkan dengan kerugian dan keuntungan materi yang terlibat.

**Manfaat etika ekonomi terhadap bisnis** adalah mewujudkan perekonomian di dunia ini lebih maju dan agar melahirkan persaingan sehat tidak ada kecurangan dalam berbisnis, dengan adanya manfaat etika ekonomi maka terciptalah:

1. Lahirnya persaingan sehat,
2. Keadilan,
3. Kerjasama, dan
4. Kejujuran

Dengan terciptanya persaingan sehat, keadilan, kerja sama, dan kejujuran maka kita dapat terhindari dari praktik-praktik monopoli, oligopoly, dan KKN. Jika sampai terjadinya monopoli, oligopoly, dan KKN, perekonomian di dunia ini dapat mengalami kehancuran yang besar. Oleh karena itu, penting etika terhadap bisnis. Etika bisnis ini terlihat dalam praktek bisnis, seperti investasi, produksi, distribusi, promosi, konsumsi, dan hubungan karyawan dengan perusahaan.

Daftar Pustaka:

- Nugroho, Arisetyanto. 2015. *Etika Bisnis (Business Ethics), Pemahaman Teori Secara Komprehensif dan Impelmentasinya*. Bogor: IPB Press.
- Fahmi, Irham. 2015. *Etika Bisnis, Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta
- Wheelen, Thomas, & Hunger, JD.2006. *Strategic Management & Business Policy*. New Jersey: Prentice Hall.



