ASAS, PRINSIP, DAN PERMASALAHAN ETIKA DALAM BISNIS

Sudiah Hestianah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto, Indonesia
Sudiahhestiana@stiedarulfalahmojoerto.ac.id

Khuriyatul Mutrofin

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto, Indonesia
khuriyatulmutrofin@stiedarulfalahmojoerto.ac.id

Fatimah Azzahra

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto, Indonesia
Fazahra099@gmail.com

Abstrak

Asas mendasar di dalam melakukan bisnis, yaitu: suka sama suka, dan tidak merugikan orang lain. Sedangkan prinsip bisnis dalam praktiknya, antara lain: prinsip otonomi dalam etika bisnis, kejujuran dalam berbisnis, keadilan dalam bisnis, kejujuran dalam berbisnis. Ada tiga faktor yang pada umumnya menjadi penyebab timbulnya masalah etika bisnis di perusahaan adalah: Mengejar keuntungan dan kepentingan pribadi, Tekanan persaingan terhadap laba perusahaan, dan Petentangan antara nilai-nilai perusahaan dengan perorangan. *Etika bisnis* merupakan aturan-aturan yang wajib dipenuhi oleh semua pebisnis. Etika bisnis memiliki jangkauan yang lebih luas jika dibandingkan dengan aturan-aturan yang tertulis. Dengan menerapkan etika bisnis maka jaminan akan keberlangsungan suatu bisnis akan terjamin karena bisnis yang beretika memiliki citra yang baik di hadapan banyak orang yang dalam hal ini adalah *customer* yang menjadi prioritasnya

Keywords: Asas, prinsip, permasalahan, Etika, bisnis

Abstract

The basic principles in doing business are: like and don't harm other people. Meanwhile, business principles in practice include: the principle of autonomy in business ethics, honesty in business, fairness in business, honesty in business. There are three factors that generally cause business ethics problems in companies, namely: Pursuit of profit and personal interests, competitive pressure on company profits, and conflict between company and individual values. Business ethics are rules that must be fulfilled by all business people. Business ethics has a wider reach compared to written rules. By implementing business ethics, the sustainability of a business will be guaranteed because an ethical business has a good image in front of many people, in this case customers are the priority.

Keywords: Principles, principles, problems, ethics, business

PENDAHULUAN

Perilaku bisnis yang baik sangat penting dalam praktik bisnis. Dalam berbisnis, perusahaan memiliki berbagai aturan yang nantinya akan dijalankan oleh perusahaan sesuai dengan etika yang berlaku tanpa merugikan pihak sendiri maupun stakeholder. Apabila dalam perusahaan banyak yang melakukan pelanggaran hukum maka akan membuat kerusakan tatanan sistem dan akan dikenakan hukuman sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan.

Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan aspek hukum dalam dunia bisnis tidak boleh dipisahkan. Apabila suatu bisnis berjalan tidak sesuai dengan hukum yang berlaku, maka akan menyebabkan kerugian semua pihak. Terkadang manusia memiliki sifat dasar yang serakah, tentu saja akan membuat kerusakan yang fatal di muka bumi jika tidak ada batasan yang mengatur. Tidak jarang pelaku bisnis melakukan kecurangan demi mencapai tujuan perusahaan. Berbagai modus yang digunakan terkadang membawa citra bisnis menjadi negatif.

Peranan etika terkadang diperlakukan hanya sebagai teori yang tidak lain hanya sebagai bacaan saja bukan untuk diimplementasikan. Perkembangan ilmu etika dirasa belum memberikan dampak positif bagi banyak orang. Sebagian dari mereka (individu dan perusahaan) melakukan bisnis dengan cara-cara kotor yang dapat merugikan orang lain. Tujuan tulisan ini akan menjelaskan mengenai asas dalam berbisnis, prinsip dalam berbisnis, permasalahan bisnis, dan bisnis yang beretika.

ASAS DALAM BERBISNIS

Di dalam melakukan suatu pekerjaan yang melibatkan dua orang atau lebih selalu ada perjanjian dan ikatan yang mendasar dan menjadi kesepakatan untuk menjadi pedoman untuk disepakati kemudian menjadi panduan selanjutnya. Dua asas mendasar di dalam melakukan bisnis menjadi hal yang penting dan dapat dijadikan kajian lebih lanjut.

Menurut Prihanto (2018) *Asas pertama* adalah suka sama suka. Islam sebagai agama “*rahmatan lil alamin*” mengatur seluruh aspek kehidupan, baik yang tersurat maupun tersirat. Dalam memahami asas tersebut, ada alasan yang sangat jelas

bahwa Islam tidak menyukai perbuatan mengambil hak dari saudaranya atau orang lain tanpa sepengetahuan bahkan tanpa adanya persetujuan serta kerelaan.

Kehidupan manusia dari masa ke masa memang sangat kompleks dan beraneka ragam perkembangan dan permasalahan yang dialaminya, dengan demikian bisa dibayangkan betapa kacaunya apabila mereka bebas membeli harta sesama tanpa memperdulikan kerelaan pemiliknya. Maka yang terjadi hanyalah pertikaian, tindak anarkis, permusuhan bahkan pertumpahan darah tidak mungkin terelakkan karena masing-masing orang akan berupaya mempertahankan haknya masing-masing.

Asas kedua adalah tidak merugikan orang lain. Hubungan antara manusia merupakan hal yang sangat penting karena dalam hubungan ini sering terjadi hal yang membuat kerugian maupun ketidakadilan terjadi pada antar pihak. Islam tidak melarang setiap manusia untuk melakukan pekerjaan bisnis dan berdagang, namun dalam pelaksanaannya Islam tidak menyukai bahkan membenci dan mengharamkan praktik berbisnis yang merugikan, seperti contoh berikut ini:

1. Monopoli

Dalam ilmu ekonomi dikenal pasar jenis monopoli, pasar ini di dalamnya terdapat satu produsen atau penjual tetapi banyak pembelinya. Monopoli mengibaratkan bahwa sebagian pedagang menimbun barang dan jasa demi menuruti ambisi mendapatkan keuntungan besar. Efek dari pasar ini menyebabkan barang dan jasa yang beredar menjadi langka di pasaran, sedangkan permintaan meningkat. Akibatnya, masyarakat terus menerus menaikkan penawarannya guna mendapatkan barang kebutuhan mereka. Sikap perusahaan/pedagang nakal ini tentu meresahkan masyarakat banyak karena mendapatkan keuntungan dengan cara semacam ini tidak dibenarkan dalam Islam. Namun terdapat juga pasar yang hampir menyerupai monopoli, dimana barang dan jasa yang diperdagangkan, memang sengaja untuk dikuasakan oleh satu pihak yang mengelola dengan tujuan kesejahteraan rakyat dengan regulasi pemerintah. Contoh pasar di atas ada di Indonesia seperti Pertamina, PT. KAI, PDAM, Telkom dan lainnya. Terdapat ciri khas pasar monopoli adalah sebagai berikut (Hestianah, 2023):

- a. Ciri pasar monopoli yang pertama adalah hanya terdapat satu penjual atau satu produsen.
- b. Pada pasar monopoli harga dan jumlah kuantitas produk yang ditawarkan dikuasai oleh perusahaan.
- c. Umumnya monopoli dijalankan oleh pemerintah untuk kepentingan hajat hidup orang banyak.
- d. Pada pasar monopoli hanya ada satu jenis produk tanpa adanya alternatif pilihan.
- e. Pada pasar monopoli tidak butuh strategi dan promosi untuk sukses.

2. Penipuan

Penipuan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dari kata dasar *penipuan* yaitu tipu adalah perbuatan atau perkataan yang tidak jujur (bohong, palsu dan lainnya) dengan maksud untuk menyesatkan, mengakali atau mencari untung. Karena tidak ingin calon konsumennya memberikan penawaran yang rendah, sebagian pedagang barulah dengan mengatakan kepada setiap calon konsumennya, bahwa modal pembeliannya adalah sekian atau sebelumnya telah ada calon konsumen yang menawar dengan harga tinggi padahal semuanya itu tidak benar. Sedangkan bentuk penipuan di jaman modern seperti ini banyak sekali diantaranya dengan menggunakan media sosial elektronik yang berkedok menjadi pedagang, penyelenggara yang menjual barang atau jasa namun setelah pembeli membayar dengan sejumlah uang, barang atau jasa yang ditawarkan tidak kunjung datang. Saat ini bentuk penipuan lain yang sedang marak adalah penipuan dengan berkedok investasi, dimana terdapat penawaran investasi sejumlah pebisnis maupun hanya fiktif belaka. Sanksi atas kejahatan penipuan diatur dalam Pasal 378 KUHP yang berbunyi sebagai berikut:

Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang atau sesuatu kepadanya, atau memberikan utang atau menghapus piutang, diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun.

3. Pemalsuan Barang

Pemalsuan barang adalah proses pembuatan, mengadaptasi atau meniru benda, statistik atau dokumen-dokumen (dokumen palsu), dengan maksud untuk menipu. Kejahatan yang serupa dengan penipuan adalah kejahatan memperdaya orang lain, termasuk melalui penggunaan benda yang diperoleh melalui pemalsuan. Hal yang tidak asing lagi bahwa diantara trik pedagang dalam mendapatkan keuntungan ialah dengan melakukan manipulasi barang. Barang buruk dicampur dengan barang baik dan barang bekas dikatakan baru. Ulah seperti ini pasti akan mengecewakan konsumen. Pemalsuan dokumen yang marak dilakukan adalah KTP, paspor, surat kendaraan, sertifikat dan BPJS. Sedangkan pada barang lain seperti obat, vaksin dan serum yang dapat membahayakan nyawa manusia. KHUP 263 ayat 1 menyebutkan:

Barang siapa membuat surat palsu atau memalsukan surat, yang dapat menerbitkan sesuatu hak, sesuatu perjanjian (kewajiban) atau sesuatu pembebasan utas, atau yang boleh dipergunakan sebagai keterangan bagi sesuatu perbuatan, dengan maksud akan menggunakan atau menyuruh orang lain menggunakan surat-surat itu seolah-olah surat itu asli dan tidak dipalsukan, maka kalau mempergunakannya dapat mendatangkan sesuatu kerugian di hukum karena pemalsuan surat, dengan hukuman penjara selamalamanya enam tahun.

PRINSIP DALAM BERBISNIS

Menjalankan bisnis sangat diperlukan sekali kaidah-kaidah yang nantinya akan memberikan batasan akan hak dan kewajiban pada masing-masing pelakunya. Tujuan tersebut intinya membuat para pelaku dalam bisnis tidak saling mencari untung atau laba sendiri, sementara yang lain dirugikan akibat tindakannya tersebut tentunya ingin menguasai dan mencari untung sendiri.

Sudah bukan menjadi hal yang rahasia bahwa dalam bisnis sering sekali terjadi suap (*bribery*), paksaan (*coercion*), penipuan (*deception*), pencurian (*theft*), dan diskriminasi tidak jelas (*unfair discrimination*). Kegiatan tersebut dilakukan dengan cara yang tidak benar dan diharamkan demi mencapai tujuan tertentu. Sangat sulit menghindarkan hal-hal tersebut, karena setiap tindakan kriminal di atas terjadi hukum permintaan dan penawaran layaknya ilmu ekonomi.

Setiap kegiatan tersebut sudah tentu akan membawa keuntungan bagi satu pihak dan kerugian pada satu pihak lain. Sedangkan dalam bisnis yang baik dan berkelanjutan diperlukan kerja sama yang saling menguntungkan diantara pihak yang terlibat. Tidak menyengsarakan pelakunya. Untuk itu, diperlukan prinsip moral yang baik dalam melakukan bisnis, dengan demikian masing-masing pihak yang berhubungan akan merasa aman dan terlindungi jika setiap pelaku memiliki kesadaran dalam bertindak dengan moral yang baik.

Suseno (1987) berpendapat bahwa setidaknya terdapat tiga prinsip kehidupan yang merupakan moral dasar manusia yang penting, yaitu:

1. Prinsip sikap baik, bahwa kita hendaknya jangan merugikan siapa saja, bahwa kita dituntut dalam berhubungan dengan siapa saja harus menerapkan sikap positif dan baik.
2. Prinsip keadilan, bahwa kita harus memberikan kepada siapa saja yang menjadi haknya.
3. Prinsip hormat pada diri sendiri, bahwa manusia wajib untuk selalu memperlakukan diri sebagai sesuatu yang bernilai dalam dirinya sendiri

Berbekal dengan pendapat yang dikemukakan tersebut sebagai acuan, manusia telah memiliki modal dasar dalam melakukan hubungan atau interaksi dengan lainnya. Dengan demikian, lebih memudahkan dalam memahami prinsip bisnis dalam praktiknya seperti berikut ini (Hestianah, 2023):

1. Prinsip Otonomi dalam Etika Bisnis

Penerapan prinsip otonomi dalam etika bisnis adalah bahwa perusahaan secara bebas memiliki kewenangan sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki, sebagai contoh adalah perusahaan tidak tergantung pada pihak lain untuk mengambil keputusan tetapi perusahaan memiliki kekuasaan tertentu sesuai dengan visi dan misi yang diambilnya dan tidak bertentangan dengan pihak lain. Perusahaan memiliki hak mutlak dalam menentukan arah laju berjalannya kehidupan.

Persoalan yang menjadi contoh menyangkut otonomi adalah pada kasus adanya tekanan pemerintah Inggris dalam perpanjangan kontrak British Petroleum sebagai operator Blok Kaya Gas LNG Tangguh di Papua Barat. Sedangkan kasus

lain adalah pada tekanan pemerintah Perancis, pada 5 Juni 2013 kepada SBY dalam kasus perpanjangan kontrak perusahaan Total E&P Indinesie pasca 2017 di Blok Mahakam, Kalimantan Timur yang sangat kaya cadangan Migas, intervensi sejumlah modal asing yang masuk dalam rangka penyelenggaraan Pemilu oleh KPU yang membuat kisruhnya pemilu di Indonesia dan masih banyak gejolak lain yang terjadi.

Sebagai catatan agar kita berpikir secara rasional bahwa Indonesia sebagai negara yang kaya akan sumber daya alamnya menjadi perebutan bagi seluruh bangsa di dunia yang berlomba-lomba untuk menguasai dan mengeruk kekayaan alamnya baik untuk kepentingan pribadi maupun organisasi. Banyak cara dilakukan agar pengelolaan kekayaan alam tersebut dapat jatuh ke tangan pihak-pihak yang berkepentingan semata. Hal ini dapat dikatakan sebagai bentuk lain dari penjajahan di jaman modernisasi. Hal ini dilakukan dalam bentuk-bentuk yang sangat licik dan tidak terhormat oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

2. Prinsip Kejujuran dalam Etika Bisnis

Penerapan kejujuran dalam berbisnis merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan kinerja perusahaan maupun organisasi. Salah satu kunci sukses bisnis adalah mengelola dengan prinsip kejujuran, penerapan sikap ini dilakukan terhadap karyawan, konsumen, para pemasok dan pihak-pihak lain yang terkait dengan kegiatan bisnis ini. Prinsip yang paling hakiki dalam aplikasi bisnis berdasarkan kejujuran ini terutama dalam pemakai kejujuran terhadap diri sendiri. Namun jika prinsip kejujuran terhadap diri sendiri ini mampu dijalankan oleh setiap manajer atau pengelola perusahaan maka pasti akan terjamin pengelolaan bisnis yang dijalankan dengan prinsip kejujuran terhadap semua pihak terkait.

Kejujuran merupakan dasar bagi setiap manusia untuk berlaku maupun bertindak dengan konteks apa adanya, tidak memperdaya dan membohongi terhadap orang lain. Apabila memperhatikan keadaan sekeliling bahkan keadaan negara Indonesia yang dipenuhi dengan trik maupun intrik yang dilakukan dalam mencapai tujuan selalu dipenuhi tipu muslihat. Dimulai dari janji-janji yang diumbar hingga realisasi janji yang tak kunjung datang ketika tujuan sudah diperoleh. Sebagai contoh penipuan yang berkedok agama seperti penipuan-penipuan yang dilakukan dalam bentuk travel penyelenggara haji. Ada enam biro

umroh yang dianggap bermasalah, diantaranya:

- a. First Travel sebanyak 3.825 pengaduan.
- b. Hannien Tour sebanyak 1.821 pengaduan.
- c. Kafilah Rindu Ka'bah sebanyak 954 pengaduan.
- d. Komunitas Jalan Lurus sebanyak 122 pengaduan.
- e. Basmalah Tour and Travel sebanyak 33 pengaduan.
- f. Zabran dan Mila tour sebanyak 24 pengaduan (Hestianah, 2023).

Dengan demikian bisa dilihat dan dinilai sejauh mana akhlak dan moral bangsa yang demikian, bahkan urusan yang menyangkut akhirat dan hubungan dengan Sang Pencipta masih berani untuk dikorupsi dan dilakukan penyimpangan.

3. Prinsip Keadilan dalam Etika Bisnis

Adil adalah memberikan sesuatu yang menjadi hak akibat dari menunaikan kewajibannya, prinsip keadilan yang dipergunakan untuk mengukur bisnis menggunakan etika bisnis adalah keadilan bagi semua pihak terkait memberikan kontribusi langsung atau tidak langsung terhadap keberhasilan bisnis.

John Boatright dan Manuel Velasques (dalam Hestianah, 2023), membagi keadilan menjadi tiga, yaitu:

- a. Keadilan Distributif (*Distributive Justice*): Bahwa hal-hal yang nikmat untuk didapat dan hal-hal yang menuntut pengorbanan harus dibagi dengan adil
- b. Keadilan Retributif (*Retributive Justice*): Berkaitan dengan terjadinya kesalahan, hukuman atau denda yang diberikan kepada orang yang bersalah harus bersifat adil.
- c. Keadilan Kompensatoris (*Compensatory Justice*): Menyangkut juga kesalahan yang dilakukan tetapi menurut aspek lain.

Para pihak ini terklasifikasi ke dalam *stakeholder*. Dengan demikian, semua pihak ini harus mendapat akses positif dan sesuai dengan peran yang diberikan oleh masing-masing pihak ini pada bisnis. Semua pihak harus mendapat akses layak dari bisnis dimana mereka terlibat. Tolak ukur yang dipakai menentukan atau memberikan kelayakan ini sesuai dengan ukuran-ukuran umum yang telah diterima oleh masyarakat bisnis dan umum. Contoh: dalam alokasi sumber daya ekonomi kepada semua pemilik faktor ekonomi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara

memberikan harga yang layak bagi para konsumen, menyepakati harga yang pantas bagi para pemasok bahan dan alat produksi, mendapatkan keuntungan yang wajar bagi pemilik perusahaan dan lainnya. Hal lain contoh dari keadilan adalah dengan memberikan sejumlah upah maupun insentif terhadap karyawan yang telah bekerja dengan keras untuk mencapai tujuan perusahaan.

4. Prinsip Hormat pada Diri Sendiri dalam Etika Bisnis

Penerapan prinsip ini dapat disebabkan hubungan sebab akibat (kausalitas) antara perusahaan dengan pelanggannya. Prinsip hormat pada diri sendiri dalam etika bisnis merupakan prinsip tindakan yang dampaknya berpulang kembali kepada bisnis itu sendiri. Dalam aktivitas bisnis tertentu ke masyarakat merupakan cermin dari bisnis yang bersangkutan. Namun jika bisnis memberikan kontribusi yang menyenangkan bagi masyarakat, tentu masyarakat memberikan respon sama. Sebaliknya, jika bisnis memberikan *image* yang tidak menyenangkan maka masyarakat tentu tidak menyenangi terhadap bisnis yang bersangkutan. Jika para pengelola perusahaan ingin memberikan aspek kehormatan terhadap perusahaan, maka lakukanlah respek tersebut kepada pihak yang berkepentingan baik secara langsung maupun tidak langsung. Penekanan pada prinsip ini dapat dilakukan dengan menimbulkan kecintaan dan *sense of belonging* terhadap bisnis yang dijalani.

PERMASALAHAN BISNIS

Setiap manusia pasti memiliki masalah. Terlebih karena manusia memiliki cita-cita dan tujuan maka potensi permasalahan seputar tujuan tersebut akan semakin besar terjadi, sebab hambatan dalam kehidupan selalu saja siap untuk hadir pada waktu yang terkadang tidak terduga.

Faktor penyebab terjadinya permasalahan etika bisnis di perusahaan dapat muncul dalam berbagai macam model, alasan dan berbagai bentuk. Para pakar mengidentifikasi terhadap berbagai faktor yang umum disinyalir sebagai penyebab munculnya permasalahan etika di perusahaan merupakan suatu langkah penting untuk meminimalkan pengaruh penyebab atau masalah etika bisnis terhadap kinerja perusahaan. Paling sedikit ada tiga faktor yang pada umumnya menjadi penyebab timbulnya masalah etika bisnis di perusahaan adalah (Hestianah, 2023):

1. Mengejar keuntungan dan kepentingan pribadi (*personal gain and selfish interest*). Tujuan utama pembentukan suatu perusahaan komersial adalah untuk memperoleh laba dengan maksimal. Namun terkadang perilaku serakah berlebihan untuk memperoleh laba dapat mengakibatkan masalah serius dalam etika bisnis. Hal tersebut terjadi apabila perusahaan mempekerjakan karyawan yang memiliki nilai-nilai pribadi tidak layak, artinya para karyawan tersebut berperilaku buruk. Para pekerja ini akan menempatkan kepentingannya untuk memperoleh kekayaan melebihi kepentingan lainnya meskipun dalam melakukan akumulasi kekayaan tersebut dapat merugikan pekerja lainnya, perusahaan dan masyarakat. Hal ini nantinya akan menjadi penyebab permasalahan korupsi yang cukup serius.
2. Tekanan persaingan terhadap laba perusahaan (*competitive pressure on profits*), akan ada masanya suatu perusahaan berada dalam situasi persaingan yang sangat keras dan sulit, dimana perusahaan mendapatkan pesaing bisnis yang sangat bersaing. Pada kondisi ini perusahaan sering kali terlibat dalam berbagai aktivitas bisnis yang tidak etis dan realistis dalam mencapai target. Hal tersebut dilakukan untuk melindungi tingkat profitabilitas mereka. Contoh: pada berbagai perusahaan makanan dan minuman di Indonesia ditenggarai menggunakan bahan pewarna makanan dan minuman yang tidak aman untuk dikonsumsi manusia, hal tersebut untuk menjaga agar harganya tetap murah, agar mereka dapat menekan biaya produksi dan mendapatkan harga jual produk yang rendah. Bahkan industri makanan berani menggunakan formalin yang merupakan bahan pengawet mayat sebagai pengawet makanan. Akibat dari bisnis ini akan merugikan konsumen bahkan sampai pada kehilangan nyawa yang selanjutnya perusahaan akan berurusan pada hukum hingga penutupan usaha.
3. Petentangan antara nilai-nilai perusahaan dengan perorangan (*business goals versus personal values*), persoalan lain dapat timbul dengan masalah etika adalah manakala perusahaan hendak mencapai tujuan-tujuan tertentu atau menggunakan metode-metode baru yang belum bahkan tidak dapat diterima oleh para pekerjanya. Dalam arti para karyawan tidak setuju, tidak memahami dan tidak menyukai. Contoh: perusahaan ingin menerapkan model penilaian kinerja dengan sistem yang canggih namun sangat pelik mekanisme kepada

perusahaan, di dalam para karyawan yang rata-rata berpendidikan SMA/SMU dengan keterbatasan kompetensi tidak mampu memahami cara pengukuran dengan metode tersebut. Hal yang bisa diperkirakan terjadi adalah pertentangan terhadap karyawan dan pimpinan dalam perusahaan.

BISNIS YANG BERETIKA

Pemahaman akan pentingnya berbuat baik dan jujur dalam melakukan bisnis sangat diperlukan dalam berhubungan dan membina bisnis kepada klien maupun sesama pebisnis. Namun masih banyak orang yang tidak memahami pentingnya hal tersebut sehingga yang terlintas dalam pemikiran mereka hanyalah bagaimana cara untuk mendapatkan laba atau keuntungan semata. Sementara nilai kepercayaan dan rasa kemanusiaan cenderung diabaikan oleh mereka dan menganggap hal tersebut sebagai formalitas.

Etika bisnis merupakan aturan-aturan yang wajib dipenuhi oleh semua pebisnis. Pelaku bisnis ini dapat mencakup seorang manajer maupun hanya seorang karyawan. Etika bisnis memiliki jangkauan yang lebih luas jika dibandingkan dengan aturan-aturan yang tertulis. Dengan menerapkan etika bisnis maka jaminan akan keberlangsungan suatu bisnis akan terjamin karena bisnis yang beretika memiliki citra yang baik di hadapan banyak orang yang dalam hal ini adalah *customer* yang menjadi prioritasnya.

Apabila diperlukan, customer diberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan bukan saja hanya sekedar menyenangkan hati konsumen, lalu demi menyenangkan hati konsumen kemudian menipu dan membohongi terkadang dilakukan. Hal ini menjadi salah kaprah akan maksud untuk melayani konsumen yang sebenarnya. Bagaimanapun kejujuran terhadap perbuatan dan perkataan tetap menjadi hal yang utama.

Satu hal yang harus diingat bahwa pada saat konsumen mengalami kapok atau jera maka kepercayaan akan kerja sama (*relationship*) antar kedua belah pihak mengalami kemunduran bahkan akan terputus. Seperti pepatah yang mengatakan bahwa “Kepercayaan laksana kertas jika sudah terkoyak maka tidak akan kembali sempurna bentuknya seperti sedia kala”, artinya bahwa apabila seseorang sudah tidak dipercaya maka akan sulit untuk memperoleh kembali kepercayaan tersebut.

Pembicaraan tentang pentingnya kepercayaan dimulai oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) yang memandang bahwa pelanggan harus memiliki kepercayaan terhadap perusahaan, pelanggan akan merasa aman dalam melakukan transaksi dengan perusahaan dan transaksi yang dilakukan akan dijamin secara pasti. Hal ini dapat berarti kepercayaan merupakan awal dari suatu rangkaian kegiatan bisnis yang akan dikerjakan.

Moorman, Deshpande dan Zaltman (1993) memahami kepercayaan sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan pada pihak lain tersebut dan kepercayaan akan ada apabila satu pihak mempunyai keyakinan terhadap pihak lain yang terlibat dalam pertukaran yang mempunyai reliabilitas dan integritas.

Salah satu contoh yang mencerminkan penerapan etika dalam berbisnis adalah kejadian yang menimpa perusahaan asing yang sukses di Amerika karena selalu senantiasa menerapkan etika bisnis yang baik. Perusahaan tersebut adalah Johnson & Johnson (J&J). Pada tahun 1982 J&J mendapatkan kasus dikarenakan produk mereka Tylenol telah membunuh tujuh orang di Chicago setelah dikonsumsi. Serangkaian penelitian pun dilakukan dan didapati bahwa Tylenol mengandung zat yang sangat berbahaya yaitu racun Sianida.

Meskipun penyelidikan masih dilakukan, namun J&J sebagai pihak yang bertanggung jawab langsung menarik 31 juta botol Tylenol di pasaran dan mengemukakan kepada masyarakat agar untuk saat ini tidak mengkonsumsi produk tersebut hingga produk tersebut benar-benar dinyatakan aman. Kemudian J&J bekerja sama dengan polisi, FBI & FDA melakukan penyelidikan dan kemudian didapatkan hasil bahwa racun Sianida yang ada di dalam botol Tylenol yang telah menewaskan tujuh orang di Chicago itu dikarenakan ada pihak lain yang memasukkannya atau disabotase. Jadi, racun tersebut bukan berasal dari produk J&J.

Berdasarkan kalkulasi biaya yang dikeluarkan oleh J&J untuk menangani kasus ini tidak sedikit, yaitu 100 juta dolar. Namun dari tindakan yang beretika yang ditunjukkan oleh J&J ini reputasi perusahaan menjadi semakin bagus dan tampaknya perusahaan masih dipercaya hingga saat ini. Tylenol kembali

diluncurkan di masyarakat dengan memodifikasi tutup botol yang lebih aman dan berhasil menjadi top produk di Amerika Serikat.

Mengutamakan keselamatan konsumen merupakan pilihan utama dalam semua tindakan yang dilakukan oleh J&J. Hingga akhirnya konsumen pun memandang J&J sebagai perusahaan yang memiliki kredibilitas tinggi dan dapat dipercaya untuk jangka panjang. Kisah yang menimpa J&J di atas merupakan satu diantara banyak perusahaan yang sukses membangun bisnisnya dikarenakan mereka ingin menerapkan etika bisnis.

KESIMPULAN

Asas mendasar di dalam melakukan bisnis, yaitu: suka sama suka, dan tidak merugikan orang lain. Sedangkan prinsip bisnis dalam praktiknya, antara lain: prinsip otonomi dalam etika bisnis, kejujuran dalam berbisnis, keadilan dalam bisnis, kejujuran dalam berbisnis.

Ada tiga faktor yang pada umumnya menjadi penyebab timbulnya masalah etika bisnis di perusahaan adalah: Mengejar keuntungan dan kepentingan pribadi, Tekanan persaingan terhadap laba perusahaan, dan Petentangan antara nilai-nilai perusahaan dengan perorangan.

Etika bisnis merupakan aturan-aturan yang wajib dipenuhi oleh semua pebisnis. Etika bisnis memiliki jangkauan yang lebih luas jika dibandingkan dengan aturan-aturan yang tertulis. Dengan menerapkan etika bisnis maka jaminan akan keberlangsungan suatu bisnis akan terjamin karena bisnis yang beretika memiliki citra yang baik di hadapan banyak orang yang dalam hal ini adalah *customer* yang menjadi prioritasnya.

DAFTAR RUJUKAN

Hestianah, Sudiah, dkk. 2023. *Etika Bisnis dan Profesi*. Mojokerto: Yayasan Darul Falah.

Mahmud dan Farah Nur Fauziah. 2021. *Etika Bisnis dan Profesi*. Mojokerto: Yayasan Darul Falah.

Magnis-Suseno, Franz. 1993. *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius.

_____. 1998. *13 Model Pendekatan Etika: Kritik atas Berbagai Pandangan Moral*. Yogyakarta: Kanisius.

Mankiw, N. Gregory. 2012. *Principles of Microeconomics: 6th Edition*. (E-Book).

South Western Cengage Learning.

Menteri Keuangan Republik Indonesia 2008. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 17/PMK.01/2008 tentang Jasa Akuntan Publik. Jakarta.

Keputusan Menteri Negara Koordinator Bidang Ekonomi, Keuangan dan Industri Nomor: KEP-31/M.EKUIIN/06/2000. Pedoman Umum Good Corporate Governance di Indonesia.

Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: Kep-117/M-Mbu/2002 Tentang Penerapan Praktik Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Prihanto, Hendi. 2018. *Etika Bisnis dan Profesi: Sebuah Pencarian*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

Komite Nasional Kebijakan Governance. 2006. *Pedoman Umum Good Corporate Governance*. Jakarta: Indonesia.

Parasuraman, A., V.A Zeithaml dan L.L. Berry, 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Implication For Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, p. 41-50.

Prihanto, Hendi. 2018. *Etika Bisnis dan Profesi: Sebuah Pencarian*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.