



Pengantar Administrasi Bisnis: Etika Bisnis dan Lingkungan Legal Bisnis

Drs. M. judi Mukzamjm dan Swasta Priambada, S.Sos, MAB
Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Email : mjmukzam@yahoo.com / swasta_p@ub.ac.id



MODUL

5

Etika dan Lingkungan Legal Bisnis

1. PENDAHULUAN

- 1.1 Pengantar
- 1.2 Tujuan
- 1.3 Definisi

2. ETIKA DAN HUKUM DALAM BISNIS

- 2.1 Perkembangan Etika Bisnis
- 2.2 Etika Bisnis Sebagai Norma Moral
- 2.3. Mengapa Disamping Ada Norma Hukum Masih Diperlukan Norma Etika

3. PEMBENTUKAN ETIKA BISNIS

- 3.1 Sumber Etika Bisnis
- 3.2 Bagaimana Membentuk Etika Bisnis
- 3.3. Prinsip- Prinsip Etika Bisnis

1. Pendahuluan

1.1. Pengantar

Kegiatan bisnis modern bukan semata-mata berkaitan dengan aspek ekonomi saja, namun juga erat kaitannya dengan norma, baik norma hukum maupun norma etika. Ketiga aspek tersebut ikut mempengaruhi dan menentukan kelancaran dan keberhasilan kegiatan bisnis. Karena itu bisnis sebagai kegiatan harus disoroti sekurang-kurangnya dari tiga sudut pandang yang berbeda tetapi tidak dapat dipisah-pisahkan yaitu; sudut pandang ekonomi., etika dan hukum. Dari ketiga sudut pandang di atas, bisnis yang baik (*good business*) adalah bisnis yang mendatangkan untung, dan yang tidak merugikan pihak lain, sekaligus dilakukan secara legal, dalam arti tidak dilakukan secara melawan hukum.

1.2. Tujuan

Setelah mempelajari modul ini, diharapkan mahasiswa dapat :

- Memahami hubungan antara etika dan hukum
- Memahami pentingnya berperilaku etis dalam bisnis
- Menyebutkan dan menjelaskan empat sumber etika bisnis
- Menjelaskan empat aturan yang dapat digunakan untuk membantu perusahaan dan karyawan berperilaku etis
- Menjelaskan empat cara yang dapat digunakan perusahaan untuk memperkuat aturan-aturan bisnis.



1.3. Definisi

2. Nickels et.al. (2009:117) mendefinisikan etika (ethics) sebagai standar perilaku bermoral, yaitu perilaku yang diterima oleh masyarakat sebagai benar versus salah.
3. Alma (2009:184) Etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standart of conduct*) yang memimpin individu dalam membuat keputusan.
4. Boone and Curtz (2002:44) Etika Bisnis yaitu standar perilaku dan nilai-nilai moral yang mengontrol tindakan serta keputusan di lingkungan pekerjaan
5. Bertens (2000) etika bisnis adalah pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis

2. ETIKA DAN HUKUM DALAM BISNIS

2.1. Perkembangan Etika Bisnis.



Etika bisnis yang mulai dikenal di Amerika pada tahun 1970 an dan meluas ke daratan Eropa tahun 1980 an kemudian mengglobal pada tahun 1990 an. Perkembangan tersebut terjadi karena perubahan pandangan dalam bisnis. Bisnis tidak lagi hanya dilihat dari sudut pandang ekonomis semata tetapi juga dari sudut pandang normatif baik norma hukum maupun norma etika. Memang bisnis merupakan kegiatan ekonomis untuk menghasilkan untung dalam bentuk uang melalui interaksi. Dalam setiap interaksi tentu tidak dilakukan secara sepihak. Bisnis hanya akan dapat berlangsung apabila *tidak ada pihak yang merasa dirugikan*. Dengan demikian aspek normatif dalam bisnis tidak dapat diabaikan.

2.2. Etika Sebagai Norma Moral

Pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan sehari-hari harus mengetahui norma-norma yang berlaku dimana kegiatan bisnis dilakukan. Norma adalah aturan-aturan dengan sanksinya yang berlaku di kehidupan bermasyarakat. Norma yang berlaku di kelompok masyarakat dapat dibedakan menjadi tiga yaitu norma sopan santun, norma hukum dan norma moral. (Arijanto, 2012). Ketiganya walaupun sama-sama menetapkan apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan, namun ketiganya tidaklah sama.

1. Norma sopan santun, disebut juga norma etiket, yaitu yang mengatur pola perilaku dan sikap lahiriah manusia. Misalnya menyangkut sikap dan perilaku "yang baik" seperti saat bertamu, berpakaian, makan dan minum dan seterusnya. Berlakunya norma ini di masyarakat bersifat relatif. Maksudnya, penerapannya berbeda di berbagai tempat, lingkungan dan waktu. Bisa jadi sikap sopan di tempat tertentu menjadi tidak sopan di tempat lain. Norma ini tidak menentukan baik buruknya seseorang sebagai manusia. Karena norma ini hanya menyangkut sikap dan perilaku lahiriah.
2. Norma moral, yaitu aturan mengenai sikap dan perilaku manusia sebagai manusia. Norma ini menyangkut aturan baik buruknya, adil tidaknya

tindakan dan perilaku manusia sebagai manusia. Jadi, norma moral meletakkan dasar dan tolok ukur penilaian atas perilaku seorang sebagai penghayatan hidupnya sebagai manusia atau dalam kaitan dengan profesi tertentu yang diembannya. Dalam hal ini, kalau seseorang dinilai perilaku moralnya dalam kaitan dengan profesinya, yang dinilai bukan sikap lahiriahnya dalam menjalankan suatu profesi. Misalnya bukan soal dia datang tepat waktunya, pakainya rapi atau tidak, pakai sepatu atau sandal, pakai celana jins atau tidak, pakai dasi atau tidak, mengajarnya memukau atau tidak, dan semacamnya. Yang dinilai adalah tanggung jawabnya dalam menjalankan profesinya secara tuntas, sikapnya melayani klien, pelanggan atau orang yang dilayani, sikap menanggapi keluhan, penderitaan, kesulitan orang lain, sikapnya yang tidak diskriminatif dan seterusnya.

3. Norma hukum, norma hukum adalah norma yang dituntut keberlakuannya secara tegas oleh masyarakat karena dianggap perlu dan niscaya demi keselamatan dan kesejahteraan manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Karena itu, norma ini mengikat semua anggota masyarakat tanpa kecuali. Berbeda dengan norma sopan santun dan norma moral, norma hukum selalu dikodifikasikan dalam bentuk aturan tertulis yang dapat dijadikan pegangan dan rujukan konkret bagi setiap anggota masyarakat, baik dalam berperilaku maupun dalam menjatuhkan sanksi bagi pelanggarnya. Sanksinya bersifat mengikat dan memaksa berupa penjara atau denda. Norma hukum ini mencerminkan harapan, keinginan dan keyakinan seluruh masyarakat.

2.3. Mengapa Disamping Ada Norma Hukum Masih Diperlukan Norma Etika.

Beberapa alasan dapat dikemukakan mengapa di samping ada norma hukum masih diperlukan norma etika, diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Dalam kelompok masyarakat terdapat banyak hal bersifat tidak etis (immoral) tetapi legal (tidak dilarang oleh hukum), dan tidak semua yang imoral juga ilegal. Misalnya selingkuh adalah tidak etis tetapi tidak dilarang oleh undang-undang.
- 2) Proses terbentuknya undang-undang atau peraturan hukum lainnya memakan waktu yang lama, sehingga masalah-masalah baru tidak bisa segera diatur secara hukum. Misalnya undang lingkungan hidup baru terbentuk setelah sekian lama masyarakat dirugikan akibat limbah industri.
- 3) Setiap hukum pasti mempunyai celah-celah yang dapat disalah gunakan. Perumusan hukum tidak pernah sempurna sehingga orang yang beritikad buruk bisa memanfaatkan celah-celah dalam hukum (*the lopholes of the law*) tersebut. Misalnya seorang karyawan yang ingin pindah kerja sengaja bertindak indisipliner agar diberhentikan dan memperoleh uang pesangon. Karena secara hukum bila ia mengajukan berhenti untuk pindah kerja ia tidak berhak dapat uang pesangon.
- 4) Hukum telah dirumuskan dengan baik, tetapi karena alasan-alasan tertentu sulit untuk dilaksanakan. Misalnya penggunaan bahan peledak dalam menangkap ikan, sulit ditegakkan karena terbatasnya sarana dan aparat yang mengontrolnya.
- 5) Hukum kerap kali menggunakan pengertian yang dalam konteks hukum itu sendiri tidak didefinisikan dengan jelas, sehingga keputusan hukum lebih

didasarkan pada pertimbangan moral.

Bagaimana mengukur baik tidaknya suatu tindakan dari sudut etika?

Boone and Curtz (2002:44) dalam bukunya Pengantar Bisnis mengatakan, etika bisnis (*business ethics*), yaitu standar perilaku dan nilai-nilai moral yang mengontrol tindakan serta keputusan di lingkungan pekerjaan. Dari sudut pandang ekonomis mudah mengukurnya, bisnis yang baik adalah yang menguntungkan dan dapat diukur dari rentabilitasnya. Dari sudut pandang hukum pun mudah pula mengukurnya, bisnis yang baik adalah yang tidak melanggar hukum atau yang diperbolehkan oleh sistem hukum. Kesulitan mengukur baik tidaknya bisnis baru akan terasa bila dilihat dari sudut moral. Secara umum terdapat tiga tolok ukur yaitu; kata hati, kaidah emas, dan penilaian masyarakat umum.

1. Kata Hati

Kunci etika ada pada *kata hati* atau hati nurani pelakunya. Bila sesuatu dilakukan sesuai kata hatinya maka dikatakan baik, dan sebaliknya dikatakan buruk bila dilakukan bertentangan dengan kata hatinya. Bila di dalam hatinya tersirat mengatakan bahwa yang ia lakukan tidak baik, berarti ia berperilaku tidak etis. Walaupun kata hati merupakan kunci etika tetapi tidak dapat digunakan sebagai satu-satunya tolok ukur karena sifatnya subyektif dan tidak selalu terbentuk dengan baik.

2. Kaidah Emas

Cara yang lebih obyektif untuk mengukur baik buruknya perilaku secara moral adalah kaidah emas yang berbunyi" Hendaklah memperlakukan orang lain sebagaimana anda sendiri ingin diperlakukan". Perilaku seseorang dikatakan baik secara moral bila orang tersebut memperlakukan orang sebagaimana ia sendiri ingin diperlakukan.

3. Penilaian Umum

Penilaian umum merupakan cara terbaik untuk menilai baik tidaknya perilaku secara moral yaitu dengan menyerahkan kepada masyarakat umum untuk menilainya. Masyarakat umum disini tidak cukup pada kelompok masyarakat tertentu saja, lebih-lebih bila mereka mempunyai vested interests.

3. PEMBENTUKAN ETIKA BISNIS

3.1 Sumber Etika Bisnis

Boone and Curtz (2002:45), terdapat empat kekuatan utama yang membentuk etika bisnis, yaitu;

1. Kekuatan individual. Nilai-nilai etis dari para eksekutif dan karyawan di semua tingkat dapat mempengaruhi berbagai keputusan dan tindakan yg diambil suatu bisnis.
2. Kekuatan organisasional. Organisasi memberikan dukungan maupun penghargaan terhadap setiap tindakan etis.
3. Kekuatan masyarakat. Masyarakat memberikan tekanan pada perusahaan yang berperilaku tidak etis.
4. Kekuatan hukum. Sebagai langkah perlindungan pemerintah pusat maupun daerah memberlakukan peraturan yang mengatur praktek bisnis.

3.2. Bagaimana Organisasi Membentuk Perilaku Etis.

Boone and Curtz (2002:64) mengatakan bahwa tidak ada individu yang

melakukan keputusan dalam suatu kekosongan. Seperti disajikan dalam gambar 5.1 pembentukan etika bisnis suatu perusahaan terjadi melalui empat cara yang merupakan tingkatan, yaitu kesadaran etis, pemikiran yang etis, tindakan yang etis, dan kepemimpinan yang etis.

Kesadaran Etis (*Ethical Awareness*)

Dasar dari suatu perilaku etis adalah kesadaran yang etis. Untuk mengurangi dilema etis di lingkungan kerja, karyawan membutuhkan panduan bagaimana harapan perusahaan terhadap karyawannya dalam memberikan respon secara etis. Upaya untuk menumbuhkan kesadaran etis adalah mengembangkan aturan perilaku yaitu pernyataan formal yang berisi bagaimana organisasi berharap dan menuntut karyawan untuk menyelesaikan masalah-masalah etika.

Pemikiran yang Etis (*Ethical Reasoning*)

Meskipun aturan perilaku memberikan kerangka kerja secara keseluruhan namun belum tentu bisa menyelesaikan pada setiap situasi. Untuk itu perusahaan harus menyediakan sarana untuk mengevaluasi pilihan dan mencapai keputusan yang tepat.

Tindakan Etis (*Ethical Action*)

Perusahaan membantu karyawan untuk bertindak etis dengan memberikan penguatan terhadap tindakan etis dan mengeliminir peluang tindakan tidak etis.

Kepemimpinan Etis (*Ethical Leadership*)

Eksekutif harus menunjukkan perilaku etis dalam keputusan dan tindakan mereka agar dapat dijadikan teladan oleh karyawannya.

Gambar 5.1 Struktur Lingkungan Etis
(Bagaimana Organisasi Membentuk Perilaku Etis)



3.3. Prinsip Etika Bisnis

Menurut Keraf (1998) dalam Arijanto (2012) setidaknya ada lima prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan titik tolak pedoman perilaku dalam menjalankan praktek bisnis yaitu; prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas moral.

1. Prinsip Otonomi.

Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadaran-nya sendiri. Bertindak secara otonom mengandaikan adanya kebebasan mengambil keputusan dan bertindak menurut keputusan itu. Otonomi juga mengandaikan adanya tanggung jawab. Dalam dunia bisnis, tanggung jawab seseorang meliputi tanggung jawab terhadap dirinya sendiri, pemilik perusahaan, konsumen, pemerintah, dan masyarakat

2. Prinsip Kejujuran.

Prinsip kejujuran menanamkan sikap bahwa apa yang dipikirkan adalah yang dikatakan, dan apa yang dikatakan adalah apa yang dikerjakan. Prinsip kejujuran meliputi pemenuhan syarat-syarat perjanjian atau kontrak, mutu barang atau jasa yang ditawarkan, dan hubungan kerja dalam perusahaan. Prinsip ini paling problematik karena masih banyak pelaku bisnis melakukan penipuan.

3. Prinsip Keadilan.

Prinsip keadilan menanamkan sikap untuk memperlakukan semua pihak secara

adil , yaitu suatu sikap yang tidak membedakan dari berbagai aspek, aspek ekonomi, hukum, agama , jenis kelamin dan sebagainya. Prinsip ini menuntut agar kita memberikan apa yang menjadi hak seseorang di mana prestasi dibalas dengan kontra prestasi yang sama nilainya.

4. **Prinsip Saling Menguntungkan.**

Prinsip saling menguntungkan menamkan kesadaran bahwa dalam berbisnis perlu ditanamkan prinsip *win-win solution*, artinya dalam setiap keputusan dan tindakan bisnis harus diusahakan agar semua pihak merasa diuntungkan. Prinsip ini mengarahkan agar kita secara aktif dan maksimal berbuat baik atau menguntungkan orang lain, dan apabila hal itu tidak bisa dilakukan, kita minimal tidak melakukan sesuatu yang tidak merugikan orang lain atau mitra bisnis

5. **Prinsip integritas moral**

Prinsip integritas moral adalah prinsip untuk tidak merugikan orang lain dalam segala keputusan dan tindakan bisnis yang diambil. Prinsip ini dilandasi oleh kesadaran bahwa setiap orang harus dihormati harkat dan martabatnya. Inti dari prinsip integritas moral ini adalah apa yang disebut sebagai the golden game atau kaidah emas, yaitu: "kita memper-lakukan seseorang sebagaimana kita ingin diperlakukan dan tidak akan memperlakukan orang lain sebagaimana kita tidak ingin diperlakukan".

REFERENSI

- Agoes, Sukrisno Dan I Cenik Ardana.2009. *Etika Bisnis Dan Professi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Salemba Empat. Jakarta.
- Arijanto, Agus. 2012, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, Penerbit Rajawali Pers, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Bartens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Kanisius. Yogyakarta.
- Boone & Kurtz.. 2007. *Contemporary Business, Pengantar Bisnis Kotemporer*, Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Ernawan, Erni R. 2007. *Business Ethics : Etika Bisnis*. Alfabeta. Bandung
- Nickels, William G., Jam M. Hugh dan Susan M. Hugh. 2004. *Pengantar Bisnis: Understanding Business*. Jakarta: Salemba Empat

PROPAGASI

A. **Latihan dan Diskusi (Propagasi vertical dan Horizontal)**

1. Praktik bisnis selama ini masih cenderung mengabaikan etika, dan kerap kali diwarnai praktik-praktik bisnis tidak terpuji. Keberadaan etika pada diri seseorang atau sekelompok orang, sangat tergantung pada kualitas sistem kemasyarakatan yang melingkupinya. Kebanyakan orang Indonesia tidak bisa membedakan antara perbuatan yang semata-mata tidak sejalan dengan kaidah-kaidah etik dan moral, dengan perbuatan yang masuk kategori perbuatan melanggar hukum. Jangankan masalah etika, masalah tertib hukum pun masih belum banyak mendapat perhatian. Sebaliknya, justru sangat lumrah di negeri ini untuk menyimpulkan bahwa berbisnis sama artinya dengan menyalahi hukum.

Berikan pendapat anda!

2. Tempo, 24 Juni 2012, Hanya dalam enam bulan pertama 2012, sekitar 40 insiden besar dan kecil terjadi akibat kelalaian pengatur lalu lintas udara. Nyaris memicu petaka. Kaitkan dengan prinsip-prinsip etika.

B. Pertanyaan (Evaluasi mandiri)

1. Setiap tindakan dan keputusan bisnis harus menunjukkan perilaku etis dan legal.
 - a. Sebutkan dan jelaskan hubungan antara etika dan hukum.
 - b. Sebutkan pula perbedaan norma etika dan norma hukum?
2. Mengapa dalam melakukan tindakan dan keputusan bisnis perlu mempertimbangkan etika?
3. Berikan contoh tindakan manajer yang benar secara etis tetapi tidak benar secara hukum.