

Journal
FORMAS
Media Informasi & Komunikasi Ilmiah Mahasiswa - Masyarakat



Diterbitkan Oleh:
PUSAT INFORMASI & KOMUNIKASI (FORMAS PRESS)
FORUM KERUKUNAN MAHASISWA SULAWESI UTARA DI MALANG
Aktif Notaris No. 3 Tahun 2008 & Terdaftar Di Kantor Notaris PN Malang No. 22/UR/2008
Kantor Jurnal FORMAS MALANG
Jl. Batujajar Gg I No.37 Malang 65113 Tel. (0401) 569571 Faks. (0401) 569579
Surat-e: formas_malang@yahoo.com
http://www.formas_malang.com

DAFTAR ISI

BIOLOGI - ILMU SOSIAL - ILMU EKONOMI - BAHASA INGGRIS

PENENTUAN KADAR FLUORIDA (F-) BERBAGAI PRODUK MINUMAN DALAM KEMASAN YANG TERJUAL DI AREA SALATIGA DAN SEKITARNYA Oleh: Susanti Pudji Hastuti, Ignasius Wahyu A. Sarastama, dan Yohanes Martono	1 - 9
ANALISIS UKURAN BUBU (TRAPS) TERHADAP JUMLAH HASIL TANGKAPAN DI PERAIRAN PANTAI MOKUPA Oleh: Rievo H. Djarang	10 - 15
HASIL ISOLASI DNA DENGAN TEKNIK SALTING OUT Oleh: Mariana Rengkuan	16 - 22
PERILAKU ETIS DALAM KONTEKS ORGANISASI BISNIS Oleh: Riane Johnly Pio	23 - 33
PROFESIONALITAS AKUNTAN PENDIDIK DALAM PANDANGAN NILAI-NILAI BUDAYA ST4 Oleh: Christian Victor Datu	34 - 44
PENGARUH VARIABEL-VARIABEL SITUASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DAN PRODUK BUKAN MAKANAN DI SUPERMARKET KOTA MANADO Oleh: Nova Christian Immanuel Mamuaya	45 - 56
ANALISIS SALURAN PEMASARAN BAWANG MERAH DI KECAMATAN TOMPASO Oleh: Allen A. Ch. Manongko	57 - 69
PENGARUH KETERAMPILAN VARIASI STIMULUS TERHADAP HASIL BELAJAR MATA PELAJARAN EKONOMI SISWA SMP NEGERI I TOMBASIAN AMURANG Oleh: Irwan Lalisang	70 - 81
PENGARUH FAKTOR KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MANADO Oleh: EDWIN WANTAH	83 - 90
TEACHING READING COMPREHENSION THROUGH QUESTION-ANSWER RELATIONSHIPS Oleh: Livianni Lambe	91 - 98

PERILAKU ETIS DALAM KONTEKS ORGANISASI BISNIS

Oleh:

Riane Johnly Pio

(Staf Pengajar Fakultas ISIP Universitas Sam Ratulangi Manado)

ABSTRACT

This article is based on theoretical and empirical references related to business ethics. Shaking after the collapse of Enron istitusi business and the domino effect of the discovery of large United States companies with unethical business practices, has sparked interest in the importance of ethical behavior in business organizations. To achieve sustained organizational effectiveness, ethical behavior becomes essential to always be applied by businesses. If not bankruptcy will surely reap the real existence as experienced by some companies.

Keywords: Business Ethics, Ethical behavior, Business Organization

PENDAHULUAN

Etika menjadi persoalan yang penting dalam aktifitas bisnis saat ini, bahkan etika menjadi pusat sorotan bisnis kontemporer (Casa, Barker, dan Cameron, 2004). Apalagi sejak terkuaknya beberapa skandal institusi bisnis keuangan di Amerika Serikat seperti Enron, Arinur Andersen, WorldCom, Tyco, Adelphia (Brewer dan Hansen, 2004), (Hilliard, 2004), (Organ, 2003), (Cohan, 2002) etika mempunyai peran yang cukup krusial di dalam organisasi bisnis (Griffin dan Ebert, 2006), (Lease, 2006), (Sims dan Brinkmann, 2003). Di masa yang lalu, etika kurang diperhatikan, namun sejak beberapa eksekutif perusahaan besar di Amerika Serikat dituduh "merampok", perusahaan dan dinyatakan bersalah, serta beberapa praktek bisnis ilegal diinvestigasi, etika telah mengambil posisi penting dalam bisnis (Luthans, 2006).

Perilaku etis merupakan perwujudan dari etika yang diimplementasikan di dalam organisasi bisnis. Banyak perusahaan global menggunakan jasa konsultan etika dalam membangun reputasi perusahaan supaya perusahaan akan terus tumbuh dan berhasil dalam bisnis. LRN sebuah

perusahaan konsultan etika bisnis dibawah pimpinan Dov Seidman telah membantu lebih dari 400 pemimpin perusahaan di seluruh dunia untuk mengembangkan budaya etika perusahaan dan menginspirasi prinsip-prinsip kinerja di dalam bisnis (www.howsmatter.com). Hal ini perlu dilakukan perusahaan karena tingkat perubahan berlangsung cepat dan merata untuk organisasi bisnis. Banyak perubahan mendasar terjadi dibidang teknologi, kependudukan dan lingkungan bisnis sehingga operasional rutin meningkat lebih kompleks, beragam dan multinasional (Caza, Barker dan Cameron, 2004).

Etika secara harafiah berasal dari kata Yunani *ethos* atau arti jamaknya *ta etha* yang berarti adat kebiasaan yang baik. Adat kebiasaan yang baik ini lalu menjadi sistem nilai yang berfungsi sebagai pedoman dan tolak ukur tingkah laku yang baik dan buruk (Devine, 1997). Pengertian ini sama dengan pengertian moralitas. Dimana moralitas berasal dari kata latin *mos* dalam bentuk jamak *mores* dengan arti adat istiadat atau kebiasaan. Secara harafiah pengertian etika dan moralitas sama-sama berarti sistem nilai

tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitutionalisasi dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang ajek dan terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan (Keraf, 1998). Etika mulai menjadi kajian yang menarik didalam aktifitas bisnis pada awal dekade tujuh puluhan baik dilihat secara praktis maupun secara ilmiah di Amerika Serikat. Kemudian terus meluas ke eropah pada tahun 1980-an, dan menjadi fenomena global pada tahun 1900-an (Bertens, 2000).

ETIKA

Etika memiliki beragam makna yang berbeda, tetapi secara garis besar etika terdapat dua makna yaitu:

- (1) Prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok;
- (2) Kajian moralitas. Ini berarti etika memberikan panduan bagi manusia untuk bertingkah laku sesuai dengan nilai-nilai moralitas seperti benar dan salah atau baik dan jahat (Velasquez, 2005).

Dalam rumusan yang lain etika dilihat dari dua sisi juga yakni:

- (1) Etika sebagai praksis yaitu nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktekkan atau justru tidak dipraktekkan, walaupun seharusnya dipraktekkan atau apa yang dilakukan sejauh sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral;
- (2) Etika sebagai refleksi yaitu pemikiran moral atau berpikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan, dan etika dalam arti ini dapat dijalankan pada taraf populer maupun ilmiah (Bertens, 2000).

Etika berhubungan dengan filsafat moral atau etika normatif. Sebagai penyelidikan normatif dan bukan sebagai ilmu murni yang deskriptif, dimana ia tidak memberikan pilihan-pilihan yang netral

dari praktek moral yang ada, tetapi mengatur pokok persoalannya dalam suatu kerangka penilaian yang tegas. Karena itu, tujuannya adalah mempelajari perilaku, baik moral maupun immoral, dengan tujuan membuat pertimbangan yang cukup beralasan dan akhirnya sampai pada rekomendasi yang memadai (Pratley, 1997).

Etika dapat dilihat dari beberapa perspektif seperti berikut:

- (1) Merupakan dasar-dasar moral, termasuk ilmu mengenai kebaikan dan sifat-sifat tentang hak;
- (2) Tuntunan mengenai perilaku, sikap dan tindakan yang diakui, sehubungan dengan suatu jenis kegiatan manusia;
- (3) Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral;
- (4) merupakan ilmu mengenai watak manusia yang ideal;
- (5) Kumpulan azas atau nilai yang berkenan dengan ahlak;
- (6) Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat;
- (7) Pedoman kelakuan, sikap atau tindakan yang diterima/diakui, sehubungan dengan kegiatan manusia dari golongan tertentu;
- (8) Ilmu mengenai kewajiban;
- (9) Dasar-dasar moral seseorang (Mahmoedin, 1994).

Secara umum beberapa pengertian di atas sudah menggambarkan pengertian etika yang lengkap karena sudah mencakup dua ranah yang dikenal dalam lingkup bahasan etika yaitu etika sebagai praktek hidup melalui kebiasaan-kebiasaan dan adat istiadat yang baik dari manusia yang dapat berlaku universal maupun dalam komunitas terbatas, dan aspek ilmu dari etika sebagai bentuk pencarian kebenaran yang hakiki dari eksistensi manusia di dunia agar mampu mempertanggung

jawabkan kehidupannya.

BISNIS

Kata bisnis diterjemahkan dari kata *business* bahasa Inggris yang secara harafiah dapat diartikan sebagai perusahaan, usaha, dagang, keniagaan, ketataniagaan, atau urusan. Bisnis itu dimaknai sebagai organisasi yang menghasilkan barang dan jasa dalam rangka mencari keuntungan. Sebagaimana pertanyaan yang diungkapkannya, apa yang dipikirkan seseorang ketika mendengar kata bisnis. Mungkin orang akan membayangkan tentang perusahaan *Shell Oil* atau *IBM* yang sukses, atau membayangkan perusahaan yang bangkrut seperti *Enron* dan *Kmart* (Griffin dan Ebert, 2006).

Dengan kata lain bisnis itu merupakan aktifitas yang dilakukan manusia untuk mendapatkan keuntungan melalui suatu kegiatan produktif yang dijalankan melalui organisasi formal seperti perusahaan atau secara informal usaha perorangan yang berskala mikro antara lain warung atau usaha rumah tangga lainnya.

Bisnis itu sebagai kegiatan sosial dengan tiga aspek yang melingkupinya seperti:

- (1) Aspek ekonomi dengan ciri-cirinya seperti: bisnis untuk mencari keuntungan, keuntungan bagi kedua belah pihak, sifatnya terstruktur dan terorganisir, dan *good business* adalah bisnis yang banyak membawa untung;
- (2) Aspek hukum yaitu hukum memiliki aturan dan sanksi yang tegas;
- (3) Aspek moral dengan indikasinya seperti mengejar keuntungan adalah wajar asal tidak merugikan pihak lain, menghormati kepentingan dan hak orang lain, janji harus ditepati dan ada kepercayaan (*trust*) (Bertens, 2000).

Ketiga aspek di atas sangat terkait dengan bisnis. Karena ketiganya merupakan jalinan yang saling

mendukung jika diaplikasikan dengan baik di dalam bisnis, atau akan saling menghancurkan seandainya hanya salah satu aspek yang menonjol atau dijalankan. Ketiga aspek tersebut harus mampu diselaraskan dengan harmonis oleh pelaku bisnis agar memberikan dampak yang positif bagi terwujudnya bisnis yang saling menguntungkan, berkelanjutan dan jika memungkinkan langgeng.

ETIKA BISNIS

Etika bisnis pada hakekatnya terbentuk dan tercipta dari lingkungan bisnis itu sendiri. Melalui suatu proses gerakan nilai-nilai yang dianut individu-individu yang bergerak di dunia bisnis, dari nilai-nilai pribadi akhirnya ditanamkan menjadi nilai-nilai perusahaan berupa etika lingkungan kerja yang sudah ditentukan oleh perusahaan dalam bentuk *mission statement and corporate culture* (Chandra, 1995).

Etika bisnis dapat disoroti dari tiga sudut pandang yaitu dari aspek makro, meso dan mikro. Pada aspek makro etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi sebagai keseluruhan. Pada taraf meso etika bisnis menyelidiki masalah-masalah etis dibidang organisasi yaitu perusahaan, serikat buruh, lembaga konsumen, perhimpunan profesi dan lain-lain.

Sedangkan pada taraf mikro telaahnya difokuskan pada individu dalam hubungannya dengan ekonomi dan bisnis seperti tanggung jawab etis dari karyawan dan majikan, bawahan dan manajer, produsen dan konsumen, pemasok dan investor (Bartens, 2000).

Pandangan lain melihat etika bisnis merupakan studi standar moral dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi.

Studi ini tidak hanya mencakup analisis norma moral dan nilai moral,

namun juga berusaha mengaplikasikan kesimpulan-kesimpulan analisis tersebut ke beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas, dan usaha-usaha yang kita sebut bisnis (Velasquez, 2005).

Akar dari etika bisnis dibangun dari enam sumber utama yaitu:

- (1) *Genetic Inheritance*, kualitas nilai-nilai kebaikan sering diasosiasikan dengan kondisi etika seseorang dengan banyak ukuran, namun kekuatan genetik dapat menghasilkan keyakinan melalui proses evolusi dari waktu ke waktu;
- (2) *Religion*, melalui ajaran agama (*The Ten Commandment*) dapat menjadi *golden rule* bagi moralitas agama sebagai kekuatan utama membentuk etika sosial. Ajaran agama dapat diterapkan dalam komunitas bisnis. *Golden rule* ini dapat digunakan secara universal, dapat dipraktekkan untuk membantu standar moral bagi orang-orang yang bekerja dalam bidang bisnis;
- (3) *Philosophical System*, filosofi yang dianut satu masyarakat dapat membentuk nilai-nilai yang memperkuat etika bisnis. Misalnya masyarakat Amerika memiliki nilai-nilai mendasar berkaitan dengan disiplin, kerja keras dan gaya hidup yang menyenangkan. Semua ini membangun moral dari masyarakat;
- (4) *Cultural Experience*, dengan mengacu pada aturan, dan standar yang berlaku dari generasi ke generasi itulah yang menjadi panduan yang membentuk kondisi masyarakat. Nilai-nilai individu menjadi acuan ukuran norma-norma yang berlaku di masyarakat;
- (5) *The Legal System*, representasi dari hukum merupakan dasar dari standar etika masyarakat. Jadi, layanan hukum mendidik tentang pembelajaran etika seumur hidup;
- (6) *Codes of Conduct*, ada tiga kategori

utama dari tata cara aturan ini. Tata cara perusahaan, kebijakan operasional perusahaan sering disebut dimensi etika dan dasar-dasar afirmatif etika di institusi-institusi yang ada di Amerika Serikat seperti sertifikat akuntansi negara (McAdams, 1986).

Dalam perkembangan bisnis yang bergerak begitu cepat yang ditandai dengan arus globalisasi yang merasuki hampir semua sendi kehidupan manusia, maka terlihat kecenderungan terjadinya pemisahan antara standar etika pribadi dengan standar etika ketika berbisnis. Seharusnya, semakin berkibarnya peran bisnis dalam kehidupan manusia maka semakin perlunya etika bisnis diimplementasikan.

Pertumbuhan aktifitas ekonomi yang cepat membutuhkan aturan main yang baik dan etis. Transparansi yang dituntut oleh ekonomi global mengharuskan praktek bisnis dilakukan secara etis pula. Dalam ekonomi pasar global, kita hanya akan *survival* kalau mampu bersaing yang didasarkan oleh produktivitas dan efisiensi. Untuk itu diperlukan etika dalam berusaha, karena praktek berusaha yang tidak etis dapat mengakibatkan rente ekonomi yaitu mengurangi produktivitas dan menekan efisiensi (Kartasasmita, 1998).

Ungkapan tersebut diatas menggambarkan bahwa etika bisnis merupakan suatu keharusan yang akan diterapkan di dunia bisnis pada era globalisasi seperti saat ini. Jika tidak mampu menerapkannya dalam praktek usaha, ada ungkapan orang bijak yaitu bersiap-siaplah untuk menghadapi kematian usaha. Karena pada dasarnya etika bisnis bukanlah aturan khusus yang hanya dapat diterapkan dalam bidang bisnis, tetapi etika bisnis secara sederhana merupakan penerapan prinsip-prinsip umum dari etika bagi pelaku bisnis.

Secara sederhana masalah etika bisnis mencuat bila terjadi konflik tanggung jawab atau konflik loyalitas. Ciri-ciri masalah etika bisnis adalah ketika

adanya dilema orang harus melakukan: (1) Memilih antara hal yang benar dan salah atau salah dengan yang lebih salah; (2) Memilih antara baik dan buruk; (3) Memilih antara tujuan atau cara yang baik; (4) Mempertimbangkan situasi yang kompleks; (5) Memilih antara survival atau hati nurani; (6) Memilih antara kekeluargaan dengan tertib administrasi; (7) Ada konflik antara motivasi dan hasil atau akibat yang ditimbulkan; (8) Apapun keputusan ada kerja yang mesti dibayar atau resiko yang harus diambil; (9) Apapun keputusannya, tidak mungkin orang menghindari dari masalah ini; (10) Salah satu tanda yang paling sering muncul ialah adanya pergulatan dalam hati si pelaku bisnis yang menghadapi masalah tersebut (Chandra, 1995).

PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia pada umumnya. Demikian pula, prinsip-prinsip itu sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masyarakat masing-masing. Misalnya bisnis Jepang terkait erat dengan nilai masyarakat tersebut, demikian juga dengan Amerika Serikat, China dan negara-negara lain yang maju ekonominya.

Namun, sebagai etika terapan prinsip-prinsip dalam etika bisnis sesungguhnya penerapan dari prinsip etika pada umumnya. Oleh Keraf (1998) prinsip-prinsip etika meliputi:

(1) Prinsip Otonomi.

Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan. Ia adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis. Mampu mengambil keputusan sendiri dan bertindak berdasarkan keputusan itu. Perwujudannya seperti: a) Bertanggung jawab kepada dirinya sendiri (nuraninya) atas segala sesuatu yang telah dilakukan; b) Bertanggung jawab pada orang-orang

yang mempercayakan seluruh kegiatan bisnis dan manajemen itu kepadanya; c) Kepada pihak-pihak yang terlibat dengannya dalam urusan bisnis; d) Bertanggung jawab atas keputusan dan tindakannya kepada pihak ketiga, masyarakat seluruhnya yang secara tidak langsung terkena atas tindakan dan keputusannya seperti menawarkan barang yang bermutu, menjaga lingkungan hidup dan lain sebagainya;

(2) Prinsip Kejujuran.

Sekilas kedengarannya aneh bahwa kejujuran merupakan suatu prinsip etika bisnis, karena mitos keliru mengenai bisnis sebagai kegiatan amoral. Saat ini praktisi bisnis dan manajemen mengakui bahwa kejujuran merupakan suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang. Dalam dunia bisnis menemukan wujudnya dalam berbagai aspek seperti: a) Dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak; b) Dalam penawaran barang dan jasa dengan mutu yang baik (memenuhi nilai barang yang dijual dengan uang yang diperolehnya); c) Hubungan kerja dalam perusahaan;

(3) Prinsip Tidak Berbuat Jahat dan Prinsip Berbuat Baik.

Kedua prinsip ini sesungguhnya berintikan prinsip moral sikap baik kepada orang lain. Dalam berhubungan dengan siapa saja, bidang apa saja, kita dituntut bersikap baik kepada mereka. Atas dasar prinsip inilah bisa dibangun semua prinsip moral lainnya seperti misalnya kejujuran, tanggung jawab, keadilan dan lain sebagainya. Wujud prinsip ini adalah: a) Bersikap baik agar secara aktif dan maksimal kita semua berbuat hal yang baik bagi orang lain; b) Dalam wujudnya yang minimal dan pasif, sikap ini menuntut agar kita tidak berbuat jahat kepada orang lain. Yang diharapkan adalah bahwa dalam situasi apapun kita akan melakukan tindakan yang baik bagi orang lain;

(4) Prinsip Keadilan.

Prinsip ini menuntut agar kita memperlakukan orang lain sesuai dengan

haknya. Hak orang lain perlu dihargai dan jangan sampai dilanggar, sama seperti kita mengharapkan agar hak kita dihargai dan tidak dilanggar;

(5) Prinsip Hormat Kepada Diri Sendiri.

Kita pantas diperlakukan dan memperlakukan diri kita sendiri sebagai pribadi yang mempunyai nilai yang sama dengan pribadi lainnya. Prinsip ini sama sekali bukan bersifat egoistis, melainkan menunjukkan bahwa tidak etis jika kita membiarkan diri kita diperlakukan secara tidak adil, tidak jujur, ditindas, diperas dan sebagainya. Kita wajib membela dan mempertahankan kehormatan diri kita, jika martabat kita sebagai manusia dilanggar, misalnya perjuangan buruh atas haknya.

Semua prinsip di atas didasarkan pada satu paham filsafat yaitu "hormat kepada manusia sebagai persona". Dalam wujud yang lain paham di atas dapat disejajarkan dengan apa yang dikenal sebagai *Golden Rule* (Aturan Emas) yaitu melakukan pada diri orang lain apa yang tidak saya inginkan untuk orang lain lakukan pada diri saya. Sebaliknya saya selalu akan memperlakukan pada diri orang lain apa yang saya inginkan agar orang lain perlakukan pada diri saya. Dalam konteks etika bisnis hal ini dapat diilustrasikan seperti "saya tidak mau ditipu orang lain, dan saya tidak mau menipu orang lain".

IMPLEMENTASI PERILAKU ETIS

Aktivitas bisnis merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan kehidupan manusia, etika pun menjadi bagian yang berlangsung bersamaan dengan kehidupan bisnis tersebut.

Ada tiga lingkup dan sasaran etika bisnis yaitu:

1. Perusahaan. Etika bisnis dalam konteks perusahaan terutama berkaitan dengan pelaku bisnis itu baik perorangan maupun bersama-

sama dilingkungan organisasi perusahaan. Tujuannya menyadarkan dan menggugah serta mengajak pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik dan etis dengan didasarkan atas berbagai argument dan pemikiran tertentu;

2. Masyarakat luas. Pada bagian ini etika bisnis tidak lagi terbatas bagi pelaku usaha tetapi untuk masyarakat luas seperti konsumen, buruh, pemilik aset umum berupa air, udara, hutan, laut yang bersentuhan secara langsung atau tidak langsung dengan praktek bisnis tertentu seperti nasabah, peminat pasar modal, media massa, aktivis sosial dan berbagai elemen yang ada didalam masyarakat. Etika bisnis disini berkaitan untuk menyadarkan masyarakat akan haknya berkaitan dengan praktek bisnis;

3. Sistem sosial, ekonomi dan politik. Target utama dalam kategori ini adalah pemerintah. Dengan cara mendorong pemerintah untuk menciptakan iklim sosial politik yang menunjang kegiatan bisnis yang baik dan etis. Bentuknya berupa lahirnya berbagai perangkat kebijaksanaan legal dan politik yang kondusif bagi berjalannya bisnis dengan baik dan etis (Devine, 1997).

Dalam konsepsi berpikir yang berbeda namun masih dalam konteks yang sama dengan yang dipaparkan di atas, dapat dilihat dari sisi anatomi masalah etika dalam lingkungan bisnis dengan klasifikasi sebagai berikut: (1) Transaksi bisnis di luar lembaga. Transaksi ini berupa aktivitas bisnis secara perorangan di luar lembaga bisnis yang ada di masyarakat. Bentuknya berupa aktivitas jual beli berbagai produk antar individu seperti tanah, mobil, rumah. Transaksi dengan pola seperti ini tingkat keberhasilan akan sangat tergantung pada integritas dan kepercayaan individu yang berinteraksi tersebut. Namun pelanggaran etika yang muncul dapat

berupa penipuan karena kepercayaan tidak terbangun dengan niat yang baik; (2) Transaksi dan interaksi dalam lingkup perusahaan. Hal ini dapat berupa hubungan antara bawahan dan atasan yang tidak harmonis karena atasan merasa ia memiliki otoritas untuk memerintah dan mengatur bawahan, sebaliknya bawahan merasa terancam dengan penilaian atasan atas kinerjanya; (3) Masalah atasan dengan atasan. Bentuknya berupa pertentangan atau persaingan yang kurang sehat antar atasan yang dapat menyeret bawahan pada area konflik; (4) Masalah antar anak perusahaan. Bentuknya berupa munculnya kebijakan pimpinan perusahaan induk atas perusahaan cabang dalam hal status perusahaan yang sewaktu-waktu dapat beralih kepemilikannya misalnya terjadi akuisisi atau merger dengan perusahaan lain (Chandra, 1995).

Perilaku etis tidak terlepas dari nilai-nilai yang menjadi keyakinan karyawan. Pentingnya perilaku etis pada organisasi sudah semakin nyata, karena banyak penelitian terbaru sudah menghasilkan pengetahuan yang terkait dengan manajemen, khususnya perilaku etis individu di dalam organisasi (Trevino, Weaver dan Reynolds, 2006). Tetapi sekarang ini disadari bahwa yang menentukan perilaku etis bukan hanya individu dan kelompok, tetapi juga sejumlah faktor yang relevan dari lingkungan budaya dan organisasi. Pengaruh budaya pada perilaku etika berasal dari keluarga, teman, tetangga, pengetahuan, agama dan media. Pengaruh organisasi berasal dari kode etik, model peran, kebijakan dan praktek, serta sistem penghargaan dan sanksi (Luthans, 2006).

Apakah terdapat penurunan dalam etika bisnis, terutama dengan terjadinya skandal-skandal bisnis perusahaan besar dengan memanipulasi laporan keuangan, menyembunyikan fakta, dan konflik-konflik kepentingan (Robbins dan Judge, 2008). Dengan menggunakan pendekatan yang didasarkan atas nilai-nilai kerja dominan atas angkatan kerja di

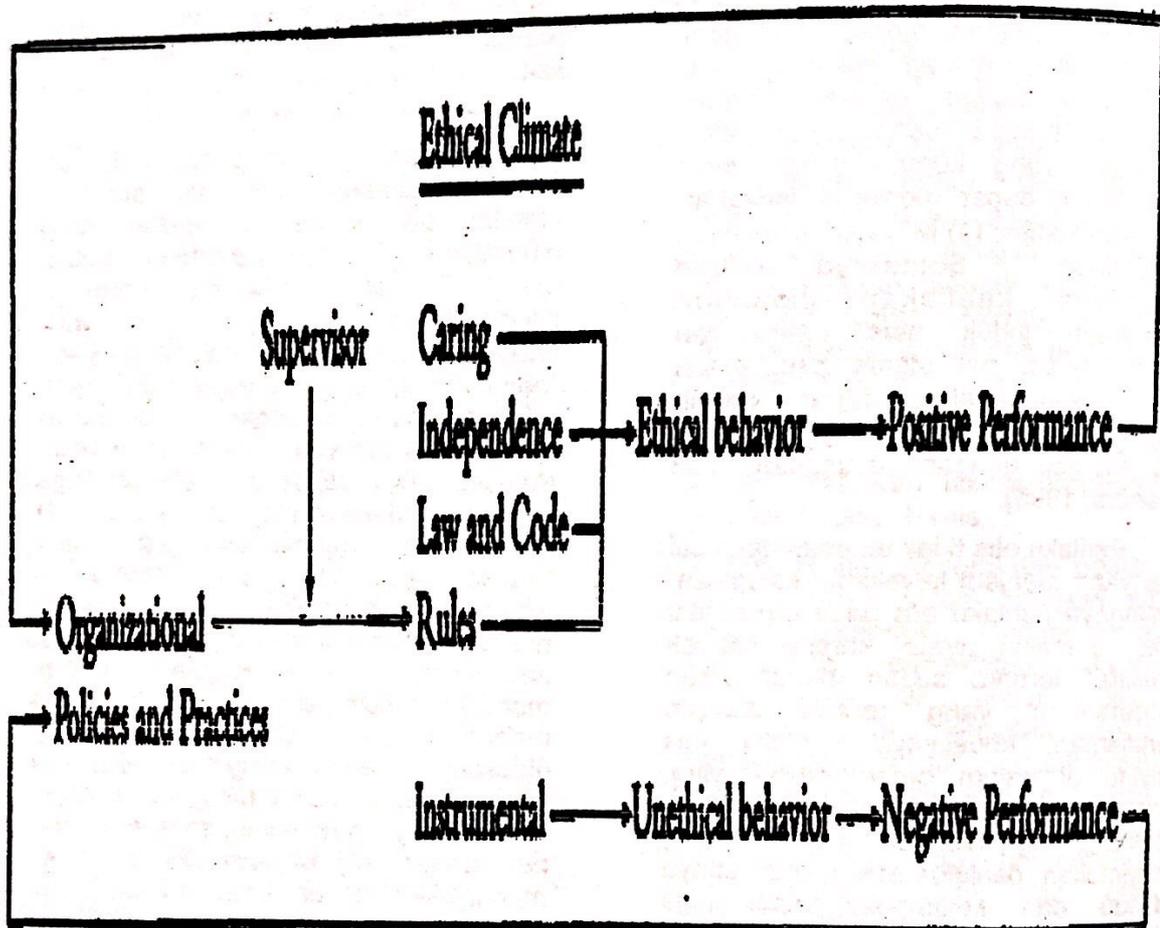
Amerika saat ini, mereka berpendapat bahwa nilai yang dimiliki individu yang berada pada level manajemen menengah dan atas harus memiliki hubungan dengan seluruh iklim etis dalam sebuah organisasi. Para peneliti telah membahas tentang pentingnya perilaku etis bagi berfungsinya perusahaan dengan baik. Banyak penulis yang berpendapat ada kaitan antara etika dan krisis keuangan dunia tahun 2008 (Belak *et al.* 2010).

Perilaku etis merupakan pedoman dari kebijakan-kebijakan tertulis, standar-standar tidak tertulis, dan teladan yang diberikan oleh para pemimpin, setiap orang di dalam organisasi membuat pilihan-pilihan yang memiliki implikasi terhadap moral. Untuk membuat hal yang "benar" pilihan seseorang harus dipikirkan dengan baik sebagai konsekuensi terhadap apa yang akan dilakukan. Perilaku etika dapat didekati dari tiga domain tindakan manusia yaitu: (1) Domain hukum memberi arah bagi tindakan dan perilaku manusia atas dasar nilai-nilai dan standar yang tertulis menjadi sistem hukum yang ditegakkan di dalam pengadilan; (2) Domain etika tidak memiliki hukum yang khusus, namun memiliki standar tingkah laku yang didasarkan pada prinsip dan nilai-nilai yang dianut bersama mengenai tingkah laku moral yang menuntut seseorang dan perusahaan; (3) Domain pilihan bebas menunjukkan hukum tidak berlaku dan di mana setiap orang atau organisasi menikmati kebebasan secara penuh (Daft, 2007).

Dalam praktek bisnis ada beberapa faktor yang mempengaruhi tindakan etis seperti: (1) *The individual's value code*; (2) *The behavior of colleagues*; (3) *The attitudes and action of superiors in enterprise*; (4) *Financial circumstance*; (5) *The enterprise's policy on specific ethical questions*; (6) *The ethical practises of the enterprise's industry* (Poe, 1986). Faktor-faktor ini sebaiknya sudah dikondisikan oleh organisasi sehingga perilaku etis dapat diwujudkan. Dalam implementasinya organisasi harus membangun iklim etika dalam bentuk saling peduli antar karyawan, adanya

independensi, adanya kode etik, dan aturan-aturan yang jelas (Wimbush dan Shepard, 1994). Semua itu dibawah pengawasan *supervisor* yang obyektif sehingga akan terbangun perilaku etis dan pada akhirnya berdampak pada

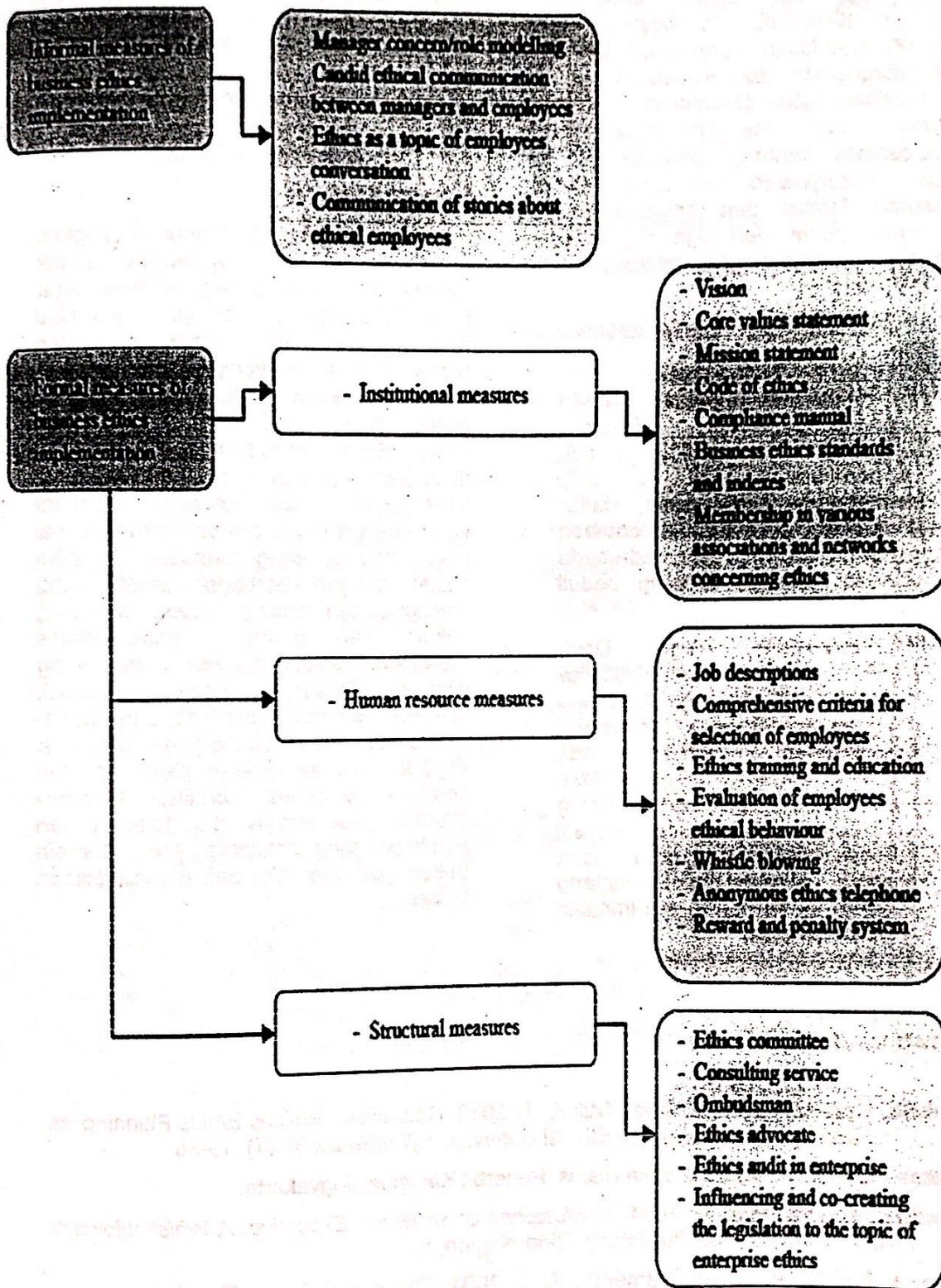
kinerja yang positif. Sebaliknya jika tidak ada iklim etika didalam organisasi akan melahirkan perilaku tidak etis sehingga menghasilkan kinerja yang negatif. Modelnya terlihat seperti pada Gambar 1.



Gambar. 1.
Model Hubungan Antara Iklim Etika dan Perilaku Etis
Sumber: Wimbush dan Shepard (1994)

Dalam pembahasan dengan ruang lingkup yang lebih luas, pengukuran implementasi etika bisnis meliputi keseluruhan aktifitas bisnis baik secara

informal maupun formal. Belak *et al.* (2010) membagi pengukuran informal implementasi etika atas empat hal pokok seperti nampak pada gambar 2.



Gambar 2.
Pengukuran Implementasi Perilaku Etis
Sumber: Belak et al. (2010)

Keempat hal pokok tersebut adalah: (1) Kepedulian manajer/model peran; (2) Ketulusan komunikasi etika antara manajemen dan karyawan; (3) Etika menjadi topik percakapan antar karyawan; (4) Mengkomunikasikan ceritera-ceritera tentang perilaku etis kepada karyawan. Sedangkan pengukuran formal dari implementasi etika bisnis terdiri dari tiga tingkatan struktural dengan beberapa faktor yang ada didalamnya.

Adapun tiga tingkatan tersebut adalah:

- (1) Pengukuran Instiusional dengan tujuh indikator seperti visi, pernyataan nilai-nilai inti, pernyataan misi, kode etik, ketaatan pada panduan, daftar standar etika bisnis, keanggotaan pada asosiasi yang berbeda-beda dan jaringan kerja yang peduli etika;
- (2) Pengukuran Sumber Daya Manusia meliputi tujuh indikator yaitu: deskripsi pekerjaan, criteria yang komprehensif untuk seleksi karyawan, pendidikan dan pelatihan etika, evaluasi perilaku etis karyawan, whistle blowing (adanya orang yang berani mengungkapkan perilaku tidak etis), adanya penelepon tentang etika tanpa nama, sistem imbalan dan hukuman;

- (3) Pengukuran Struktural yang terdiri dari enam indikator yaitu: komite etis, jasa konsultasi, ombudsmen, advokasi etika, audit etika di perusahaan, mempengaruhi dan membuat aturan dengan topik etika bagi perusahaan.

KESIMPULAN

Etika berfungsi mengatur tingkah laku individu dan kelompok untuk memberikan panduan bagi manusia agar berperilaku sesuai dengan nilai-nilai moralitas, dan sebagai refleksi pemikiran moral tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan yang dapat dijalankan pada taraf populer maupun ilmiah. Bisnis merupakan aktifitas yang dilakukan manusia untuk mendapatkan keuntungan melalui kegiatan produktif yang dijalankan melalui organisasi formal atau informal, yang termasuk kegiatan sosial dengan berbagai aspek yang melingkupinya seperti aspek ekonomi, hukum dan moral. Etika bisnis merupakan suatu standar moral yang diimplementasikan pada institusi, teknologi, transaksi, aktivitas, dan usaha-usaha yang ada pada organisasi bisnis. Perilaku etis merupakan pedoman dari kebijakan-kebijakan tertulis, standar-standar tidak tertulis, dan teladan dari pemimpin yang didasarkan pada domain hukum, domain etika dan domain pilihan bebas.

DAFTAR RUJUKAN

- Belak, J. Duh, M. Mulej, M. and Trukelj, T. 2010. Requisitely Holistic Ethics Planning as Pre-Condition for Enterprise Ethical Behavior. *Kybernetes*. 39 (1), 19-36.
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Brewer, L. and Hansen, M. 2004. *Confessions of an Enron Executive: A Whistleblower's Story*. Author House Publishing, Bloomington, IN.
- Caza, A. Barker, B. A. and Cameron, K. S. 2004. Ethics and Ethos: The Buffering and Amplifying Effects of Ethical Behavior and Virtuosness. *Journal of Business Ethics*. 52, 169-178.
- Chandra, R. 1995. *Etika Dunia Bisnis*. Kanisius, Yogyakarta.

- Cohan, J. A. 2002. 'I Didn't Know' and 'I Was Only Doing My Job': Has Corporate Governance Careened Out of Control? A Case Study of Enron's Information Myopia'. *Journal of Business Ethics* 40 (3), 275-300.
- Daft, R. L. 2007. *Management*, Sixth Edition, Cengage Learning Asia Pte Ltd. Diana Angelica (penerjemah) *Manajemen*, Buku 1, Edisi 6. Salemba Empat, Jakarta.
- Devine, G. 1997. *101 Tanya Jawab Tentang Etika Bisnis*. Obor, Jakarta.
- Griffin, R. W. and Ebert, R. J. 2006. *Business*. Eighth Edition, Prentice Hall, Singapore.
- Hilliard, J. C. 2004. *Inspired by the Golden Rule*. Publishers Weekly, May, 12-14.
- Kartasasmita, 1998. Pentingnya Etika Bisnis dalam Praktek Usaha. *Usahawan* nomor 01/Tahun XXVII, Januari.
- Keraf, Sony, A 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Kanisius, Yogyakarta.
- Lease, D. R. 2006. *From Great to Ghastly: How Toxic Organizational Cultures Poison Companies*. Working Paper.
- Luthans, F. 2006. *Organizational Behavior*. Tenth Edition, McGraw-Hill Companies, Inc. Vivin Andika Yuwono, Hekar Purwanti, Th Arie P dan Winong Rosari (Penerjemah) *Perilaku Organisasi*. Edisi Sepuluh, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Mahmoeddin, H. A. 1994. *Etika Bisnis Perbankan*. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- McAdams, T. 1986. *Law, Business, and Society*. Business Publications, Inc. Plano, Texas.
- Organ, D. W. 2003. *Business Ethics 101 ?* *Business Horizon*, January-February, 1-2.
- Poe, J. B. 1996. *American Business Enterprises*. Irwin Home World, Illinois.
- Pratley, P. 1997. *The Essence of Business Ethics (Etika Bisnis)*. Andi, Yogyakarta.
- Robbins, S. P. 2005. *Organizational Behavior*. International Edition Eleventh Edition, Pearson Prentice Hall, Singapore.
- Seidman, D. 2009. *Dov Seidman Has Built a Career, and Pioneered an Industry, Around the Idea That the Most Principled Businesses Are the Most Profitable and Sustainable*. www.howsmatter.com.
- Sims, R. R. and Brinkmann, J. 2003. Enron Ethics or (Culture Matters More Than Codes). *Journal of Business Ethics*. (45), 243-256.
- Trevino, L. K. Weaver, G. R. and Reynolds, S. J. 2006. Behavioral Ethics in Organizations: A Review. *Journal of Management*, 32 (6), 951-990.
- Velasques, M. G. 2005. *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*. Andi, Yogyakarta.