

Teori-teori Etika Dan Peranan Prinsip Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis

¹Surajiyono, ²Harry Dhika

^{1,2}Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

Email : ¹drssurajiyono@gmail.com, ²dhikatr@yahoo.com

ABSTRAK

Etika adalah cabang filsafat yang mengkaji tindakan manusia secara kritis, menilai mana yang baik dan buruk berdasarkan prinsip moral tertentu. Etika bisnis, sebagai bagian dari etika profesional, harus dikembangkan oleh para pelaku bisnis itu sendiri dan dianggap sebagai elemen penting dalam aktivitas bisnis. Bisnis yang tidak menerapkan etika tidak akan berhasil dalam jangka panjang. Studi literatur dengan analisis isi menunjukkan dua teori etika utama yang relevan untuk etika bisnis, yaitu teori deontologis dan teori teleologis. Inti dari parafrase ini adalah menjelaskan konsep etika, etika bisnis, dan dua teori etika yang menjadi dasar etika bisnis dengan bahasa yang lebih sederhana dan singkat. Etika juga merupakan cabang filsafat yang berfokus pada studi tentang moralitas dan perilaku manusia. Etika mengeksplorasi konsep-konsep seperti kebaikan, keburukan, benar, salah, keadilan, dan tanggung jawab. Etika menganalisis prinsip-prinsip moral dan bagaimana prinsip-prinsip tersebut diterapkan pada situasi kehidupan nyata. Etika bisnis adalah cabang etika yang secara khusus berfokus pada prinsip-prinsip moral yang berlaku dalam dunia bisnis. Etika bisnis membahas isu-isu seperti kejujuran, integritas, keadilan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola perusahaan. Etika bisnis penting karena membantu bisnis untuk membuat keputusan yang etis dan bertanggung jawab, yang pada akhirnya menguntungkan semua pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, investor, dan masyarakat. Terdapat dua teori etika utama yang relevan dengan etika bisnis, yaitu teori deontologis dan teori teleologis. Teori deontologis berpendapat bahwa tindakan itu benar atau salah berdasarkan sifatnya sendiri, terlepas dari konsekuensinya. Teori teleologis, di sisi lain, berpendapat bahwa tindakan itu benar atau salah berdasarkan konsekuensinya. Kedua teori ini memberikan kerangka kerja untuk menganalisis dilema etika dalam bisnis dan membuat keputusan yang etis.

Kata Kunci: Etika, Deontologis, Teleologis, Prinsip etika bisnis, Perusahaan.

ABSTACT

Ethics is a branch of philosophy that critically examines human actions, assessing what is good and bad based on certain moral principles. Business ethics, as a part of professional ethics, must be developed by business practitioners themselves and regarded as a crucial element in business activities. Businesses that do not implement ethics will not succeed in the long term. A literature review with content analysis reveals two main ethical theories relevant to business ethics: deontological theory and teleological theory. The essence of this paraphrase is to explain the concepts of ethics, business ethics, and the two ethical theories underpinning business ethics in simpler and more concise language. Ethics is a branch of philosophy that focuses on the study of morality and human behavior. It explores concepts such as good, bad, right, wrong, justice, and responsibility. Ethics analyzes moral principles and how these principles are applied to real-life situations. Business ethics is a branch of ethics specifically focusing on moral principles applicable in the business world. It addresses issues such as honesty, integrity, fairness, social responsibility, and corporate governance. Business ethics is important because it helps businesses make ethical and responsible decisions, ultimately benefiting all stakeholders, including employees, customers, investors, and the community. There are two main ethical theories relevant to business ethics: deontological theory and teleological theory. Deontological theory argues that actions are right or wrong based on their inherent nature, regardless of the consequences.

Teleological theory, on the other hand, posits that actions are right or wrong based on their consequences. These two theories provide frameworks for analyzing ethical dilemmas in business and making ethical decisions.

Keywords: Ethics, Deontology, Teleology, Principles of business ethics, Company

1. PENDAHULUAN

Bisnis pada dasarnya adalah mengelola sesuatu agar terus berjalan dengan baik. Wilayah kerja bisnis adalah dalam lingkup masyarakat ekonomi. Bisnis sebagai bagian dari entitas ekonomi memiliki fokus peranan dalam kegiatan produksi dan menciptakan penawaran kepada pasar dimana masyarakat melakukan kegiatan konsumsi. Bisnis merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara tertentu, dengan harapan memperoleh keuntungan dari transaksi yang terjadi. Perusahaan bisnis menjadi entitas ekonomi utama dalam masyarakat modern, yang berperan dalam produksi dan distribusi barang dan jasa. (Susandy & Ramdhan, 2015).

Dalam bisnis diperlukan manajemen. Dengan manajemen yang baik maka bisnis dapat berjalan sesuai harapan. Manajemen memiliki peranan yang sentral dalam menunjang berjalannya roda bisnis secara efektif dan efisien. Manajemen juga berperan dalam proses pengambilan keputusan yang agar lebih akurat, cepat dan tepat. Manajemen pada dasarnya adalah ilmu yang membahas pemanfaatan sumber daya dengan cara yang terbaik dalam mencapai tujuan/sasaran. Manajemen juga diartikan sebagai ilmu serta seni bekerja bersama atau melalui orang lain untuk mencapai tujuan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki organisasi secara optimal (efektif dan efisien). Dengan demikian, ilmu Manajemen adalah ilmu yang memiliki peranan sentral yaitu bagaimana prinsip dan asas ekonomi dapat diterapkan atau dibumikan dalam suatu entitas ekonomi termasuk didalamnya perusahaan bisnis. (Susandy & Ramdhan, 2015)

Ilmu ekonomi pada dasarnya memiliki tujuan untuk menciptakan *equilibrium* (keseimbangan) antara kegiatan produksi dan kegiatan konsumsi. Kegiatan produksi dalam entitas organisasi bisnis akan menghasilkan suatu struktur industri, demikian halnya juga kegiatan konsumsi akan menghasilkan struktur pasar. Dengan adanya gabungan

komponen struktur industri dan struktur pasar inilah yang membentuk struktur persaingan. Dengan demikian dalam dinamika bisnis maka tidak dapat dihindari akan muncul persaingan. Pada akhirnya persaingan tersebut yang mendorong peranan Etika dalam bisnis (Susandy & Ramdhan, 2015).

Munculnya skandal bisnis yang tidak etis yang melibatkan perusahaan-perusahaan nasional seperti Lapindo Brantas, Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI), dan Bailout Bank Century, serta lainnya menunjukkan semakin pentingnya pemahaman yang menyeluruh tentang etika bisnis dari berbagai disiplin ilmu, termasuk perspektif filosofis (Weruin, 2019).

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menjawab dua pertanyaan utama: teori etika apa yang relevan untuk memahami bisnis, dan prinsip-prinsip etis apa yang harus dimiliki oleh para pelaku bisnis untuk memastikan kelangsungan perusahaan. Tujuannya adalah agar layanan kepada klien dapat ditingkatkan, sehingga bisnis dapat sukses dan berkembang dalam jangka panjang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif berupa riset kepustakaan ini menggunakan metode analisis isi (content analysis). Isi setiap materi berupa buku, jurnal, atau artikel yang relevan dengan topik yang berhasil dikumpulkan di telaah, dianalisis, dan disintesis guna membentuk konsep yang lengkap dalam menjawab pertanyaan penelitian.

3. LANDASAN TEORI

3.1. Pengertian Etika.

Secara etimologis, kata "etika" berasal dari bahasa Yunani "ethos," yang berarti karakter moral atau kebiasaan. Jadi, berdasarkan asal katanya, "etika" dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang kebiasaan. Menurut (Issa, 2004) etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika

adalah cabang ilmu yang bersifat normatif, karena berfungsi untuk menentukan tindakan yang seharusnya dilakukan atau dihindari oleh individu. Sebagai disiplin yang memandu perilaku, etika memberikan panduan mengenai apa yang dianggap benar atau salah, serta membantu individu membuat keputusan yang selaras dengan prinsip-prinsip moral. Dalam konteks ini, etika tidak hanya menawarkan standar perilaku tetapi juga memberikan kerangka kerja untuk mengevaluasi dan memikirkan implikasi dari tindakan seseorang dalam berbagai situasi. Dari hasil analisis (Bertens, 1993) disimpulkan bahwa etika memiliki tiga posisi, yaitu sebagai (1) Sistem nilai, yaitu nilai-nilai dan norma yang mengatur perilaku individu atau kelompok, (2) kode etik, yaitu kumpulan prinsip moral, dan (3) filsafat moral, yaitu ilmu tentang kebaikan dan keburukan. Pada poin ini, terdapat hubungan antara etika sebagai sistem filosofis dan ekspresi budaya.

3. 2. Teori-teori Etika

Permasalahan yang muncul adalah menurut norma-norma manakah manusia seharusnya bertindak dalam berbisnis? Ternyata semua jawaban jatuh ke dalam salah satu dari dua golongan ini, yaitu deontologis atau teleologis.

a. Teori deontologis

Teori deontologis, berasal dari kata Yunani "deon" yang berarti yang diharuskan atau yang wajib, menyatakan bahwa benar atau salahnya suatu tindakan tidak bergantung pada konsekuensinya, melainkan ada tindakan-tindakan yang secara langsung dilarang atau diwajibkan. Sebagai contoh, apakah seorang mahasiswa boleh menyontek dalam ujian tidak tergantung pada kebijakan perguruan tinggi, melainkan pada sifat langsung dari tindakan tersebut yang dilarang secara moral. Kelemahan dari teori deontologis adalah sifatnya yang tidak fleksibel dan tidak dapat dinegosiasikan. Hal ini dapat menghilangkan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan situasi atau perkembangan zaman. Ekstrimnya, telah mendidik manusia bersikap fanatisme buta. Disamping itu teori deontologis tidak mampu memecahkan dilema etis

Filsuf yang pemikirannya selalu dikaitkan dengan etika deontologi adalah (Kant, 1785). Dalam karya *Groundwork of the Metaphysics of Moral*, Kant menyimpulkan bahwa satu-satunya hal yang secara universal baik adalah

Kehendak Baik; ini berarti keinginan untuk melakukan apa yang kita anggap sebagai tugas moral kita.

Dengan demikian, moralitas sebuah tindakan tidak didasarkan pada hasil atau akibat dari tindakan tersebut, melainkan pada niat untuk mengikuti atau mematuhi alasan (pertimbangan) mengenai apa yang dianggap sebagai tugas atau kewajiban yang harus dilakukan. Kesediaan atau ketaatan untuk melakukan 'apa yang dianggap sebagai kewajiban' bersifat mutlak dan harus dilakukan tanpa kecuali. Menurut Kant, kewajiban menjadi standar yang harus digunakan untuk menilai kualitas etis perilaku. Motif dari tugas dan kewajibanlah yang memberikan nilai moral pada sebuah tindakan.

Filsuf Immanuel Kant memperkenalkan konsep "imperatif kategoris" untuk menjelaskan kewajiban moral yang bersifat mutlak. Prinsip ini menuntut agar kita bertindak dengan cara yang sama seperti yang kita harapkan orang lain bertindak dalam situasi yang sama, tanpa syarat atau pengecualian. Bagi Kant, suatu tindakan dianggap baik jika dilakukan berdasarkan imperatif kategoris, yang mewajibkan kita untuk bertindak tanpa pamrih. (Weruini, 2019).

Di samping konsep imperatif kategoris untuk menekankan sifat mutlak sebuah tuntutan moral, Kant juga memperkenalkan konsep imperatif praktis (*practical imperative*) untuk menunjukkan prinsip universalisasi tuntutan moral. Hukum moral bagi Kant berlaku universal tanpa diskriminasi. Prinsip imperatif praktis menyatakan bahwa seseorang harus bertindak sesuai dengan cara yang akan dia harapkan diterapkan pada kemanusiaan, baik pada dirinya sendiri maupun pada orang lain. (Bertens, 1993; Brooks, L.J. & Dunn, 2012). Dengan demikian Kant menegaskan bahwa setiap orang harus diperlakukan sama di bawah hukum moral.

b. Teori Teleologis.

Teori teleologis, yang berasal dari kata Yunani "telos" yang berarti tujuan, menyatakan bahwa kebenaran atau kesalahan suatu tindakan bergantung pada hasil atau akibatnya. Jika hasilnya baik, tindakan tersebut dapat diterima bahkan mungkin dianggap sebagai kewajiban; namun jika hasilnya buruk, tindakan tersebut tidak boleh dilakukan. Dalam konteks ini, dalam teori teleologis, kebohongan misalnya, dapat dibenarkan jika bertujuan untuk melindungi

seseorang dari bahaya pembunuhan. Tentu saja, dalam teori teleologis, segalanya bergantung pada penilaian tentang apa yang dianggap baik atau buruk.

Nampaknya teori teleologis memerlukan sebuah kerangka nilai, yaitu sebuah konsep tentang apa yang dianggap baik dan buruk bagi manusia. Di sisi lain, teori deontologis tidak membutuhkan kerangka nilai karena menilai tindakan tidak didasarkan pada hasil baik atau buruknya. Kelemahan dari teori teleologis adalah bahwa ia tidak menyediakan fondasi yang kokoh. Setiap pilihan baru yang menghasilkan manfaat dapat dijadikan norma, menyebabkan ketidakpastian dan memungkinkan terjadinya penggunaan prinsip "tujuan menghalalkan segala cara". (Zubair, 1987).

Teori etika teleologis memiliki latar belakang yang kaya dalam tradisi filsafat empiris Inggris. Tokoh-tokoh seperti John Locke (1632-1704), Jeremy Bentham (1748-1832), James Mill (1773-1836), dan putranya John Stuart Mill (1806-1873) adalah pendukung utama teori ini. Teleologi secara khusus dijelaskan dalam kerangka utilitarianisme. Istilah utilitarianisme sendiri berasal dari kata Latin "utilis" yang berarti "bermanfaat". (Bertens, 2014). Menurut teori utilitarianisme, suatu tindakan dianggap baik jika memberikan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Konsep utilitarianisme paling terkenal diungkapkan dalam tulisan-tulisan Jeremy Bentham dan John Stuart Mill. Dalam karya "*Utilitarianism*," Mill menyatakan prinsip utilitarianisme dengan menyatakan, "Tindakan haruslah diarahkan untuk menghasilkan sebanyak mungkin kebahagiaan bagi sebanyak mungkin orang yang terpengaruh oleh tindakan tersebut" (*The greatest happiness of the greatest number*)(Brooks, LJ. & Dunn, 2012).

Utilitarianisme menetapkan baik dan buruk berdasarkan konsekuensi kesenangan dan rasa sakit. Tindakan yang etis adalah yang membawa kesenangan terbesar atau mengurangi rasa sakit yang paling sedikit. Ini membuat utilitarianisme menjadi teori sederhana karena manusia secara alamiah mencari kebahagiaan. Yang penting adalah dampak tindakan terhadap kebahagiaan. Menurut kaum utilitarian, apapun yang meningkatkan kesenangan atau mengurangi penderitaan baik secara fisik maupun mental dianggap baik secara etis. Sebagai contoh,

ketika seorang karyawan diminta oleh atasan untuk menyelesaikan tugas dan membuat laporan yang rumit dalam waktu singkat, hal itu dapat menimbulkan stres dan ketidaknyamanan yang tidak menguntungkan bagi kebahagiaannya. Pengalaman yang baik adalah yang menyenangkan dan berkontribusi pada kebahagiaan secara keseluruhan. Dalam contoh ini, menyelesaikan tugas tersebut tidak akan menyenangkan bagi karyawan tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Cakupan Etika Bisnis

Dalam era ekonomi global yang kompetitif, kemampuan untuk bertahan hanya dimungkinkan dengan kemampuan bersaing. Daya saing yang dibutuhkan dihasilkan dari tingkat produktivitas dan efisiensi yang tinggi. Oleh karena itu, pentingnya etika dalam bisnis tidak dapat diremehkan, karena praktik bisnis yang tidak etis dapat merusak produktivitas dan menghambat efisiensi dalam menjalankan bisnis.

Richard T. De George (1986), sebagaimana disebutkan oleh Teguh Wahyono (2006; 155-156), mengidentifikasi empat jenis kegiatan yang termasuk dalam lingkup etika bisnis.

- a. Penerapan prinsip etika umum ke dalam praktik-praktik khusus dalam bisnis.
- b. Selain mencakup implementasi prinsip-prinsip etika dalam kegiatan bisnis, etika bisnis juga mencakup aspek 'meta-etika' yang mempertimbangkan apakah perilaku yang dianggap etis atau tidak oleh individu dapat diterapkan dalam konteks organisasi atau perusahaan bisnis.
- c. Etika bisnis menyoroti moralitas sistem ekonomi pada umumnya serta sistem ekonomi suatu negara pada khususnya.
- d. Etika bisnis juga menyangkut bidang yang biasanya sudah meluas lebih dari sekedar etika, seperti ekonomi dan teori organisasi.

Dalam keempat bidang tersebut, etika bisnis membimbing para pelaku bisnis untuk menerapkan pendekatan moral yang tepat dalam menjalankan bisnis. Etika bisnis menekankan bahwa bisnis bukan sekedar aktivitas ekonomi, tetapi juga merupakan interaksi antar manusia yang harus dilakukan dengan penuh empati dan pertimbangan moral.

4.2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis.

Etika bisnis mempengaruhi nilai, norma, dan perilaku karyawan dan pimpinan untuk membangun hubungan yang adil dan saling mendukung dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, dan masyarakat. Dalam dunia bisnis, etika memainkan peran kunci dalam perjalanan organisasi bisnis. Setiap tindakan, keputusan, dan perilaku dari para pemangku kepentingan bisnis akan dinilai berdasarkan standar etika. Etika bisnis adalah penilaian atas moralitas tindakan-tindakan dalam dunia bisnis.

Dalam pengembangan bisnis, prinsip dasar atau norma etika bisnis menjadi fondasi yang diperlukan agar operasi bisnis dapat berjalan dengan efektif. Faktor-faktor seperti kondisi geografis, budaya, dan agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola pikir manusia, sehingga pandangan tentang prinsip-prinsip etika bisnis dapat berbeda antar negara.

Dalam menerapkan etika bisnis, terdapat prinsip-prinsip umum yang menjadi pedoman utama bagi setiap pelaku bisnis. Meskipun ahli memiliki pandangan yang beragam mengenai prinsip etika bisnis, namun secara umum, prinsip dasarnya dapat diuraikan dalam tiga hal sebagai berikut:

a. Kejujuran (*Honesty*)

Kejujuran menjadi kunci keberhasilan bagi pelaku bisnis untuk menjaga kelangsungan bisnisnya dalam jangka panjang. Terdapat tiga alasan mengapa prinsip kejujuran sangat penting dalam konteks bisnis:

Pertama, kejujuran penting dalam memenuhi persyaratan perjanjian dan kontrak bisnis. Hal ini esensial bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian, karena kejujuran memastikan hubungan yang saling menguntungkan dan kelangsungan bisnis di masa mendatang. Tanpa kejujuran, ada risiko masing-masing pihak terlibat dalam tindakan curang.

Kedua, kejujuran memegang peranan penting dalam menawarkan barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sesuai. Hal ini krusial dalam membangun dan memelihara kepercayaan konsumen terhadap bisnis.

Ketiga, kejujuran memiliki relevansi dalam membangun hubungan internal dalam sebuah perusahaan. Kehadiran prinsip kejujuran dalam hubungan kerja internal merupakan faktor yang menentukan dalam menjaga eksistensi perusahaan dalam jangka Panjang (Keraf, 1998).

b. Keadilan

Prinsip ini menyiratkan bahwa keadilan mengharuskan setiap individu diperlakukan sesuai dengan bagian yang adil, dengan aturan yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam kata lain, keadilan adalah prinsip yang memastikan tidak adanya penyalahgunaan hak atau kepentingan orang lain. (Keraf, 1998), Weiss (2008)

c. Saling Menguntungkan

Dalam dunia bisnis, penting untuk memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan dalam hak dan kepentingannya, termasuk karyawan, pemasok, penyalur, konsumen, investor, masyarakat, dan lingkungan. Prinsip saling menguntungkan menekankan perlunya semua pihak bekerja sama untuk keuntungan bersama. Prinsip ini mencerminkan esensi dan tujuan bisnis, yaitu mencapai keuntungan. Setiap pelaku bisnis dan pemangku kepentingan lainnya berharap mendapatkan manfaat dari bisnis. Dengan demikian, prinsip saling menguntungkan menekankan pentingnya menjalankan bisnis dengan cara yang menguntungkan semua pihak yang terlibat. (Keraf, 1998).

Dengan pemahaman terhadap ketiga prinsip tersebut, diharapkan tidak akan ada lagi pihak yang mengalami kerugian semata-mata karena fokus pada pencapaian keuntungan. (Joseph, 2021).

4.3. Penerapan Teori Etika dalam Perusahaan Bisnis

Pelaku bisnis perlu mempertimbangkan dua teori utama dalam etika, yaitu Deontologi dan Teleologi. Teori deontologi menekankan tiga konsep penting. Pertama, bahwa motivasi di balik tindakan atau keputusan bisnis haruslah sesuai dengan tujuan moral bisnis itu sendiri, bukan demi kepentingan lain. Ini termasuk dalam kewajiban moral bisnis, seperti menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengelola sumber daya dengan produktif, memanfaatkan potensi tenaga kerja, dan sebagainya. Kedua, bahwa setiap individu dan pemangku kepentingan dalam bisnis harus diperlakukan secara adil, tanpa adanya diskriminasi. Individu atau pihak terkait lainnya harus dianggap sebagai tujuan dalam diri mereka sendiri, bukan sekadar alat atau objek. (Bertens, 2014). Sebagai contoh, seorang akuntan profesional tidak sepatutnya memanfaatkan mahasiswa magang untuk memeriksa laporan keuangan kliennya,

terutama ketika mereka dibayar lebih sedikit dari keuntungan yang diperoleh dari klien tersebut. Hubungan antara majikan dan karyawan, serta antara pimpinan dan bawahan, seharusnya didasarkan pada prinsip-prinsip seperti rasa hormat, otonomi, kreativitas, dan martabat, dan bukan semata atas dasar kekuasaan, manipulasi, intrik, atau merendahkan. Dalam konteks bisnis, setiap individu atau pemangku kepentingan seharusnya diperlakukan bukan hanya sebagai alat atau sarana semata, tetapi juga sebagai tujuan akhir. Dan yang ketiga, kewajiban untuk bertindak secara etis tidak hanya berlaku bagi individu itu sendiri, tetapi juga terhadap individu lainnya.

Meskipun teori deontologi dianggap sebagai standar ideal, namun memiliki dua kelemahan pokok. Pertama, prinsip imperatif kategoris tidak memberikan panduan yang jelas dalam menentukan tindakan mana yang seharusnya dilakukan jika terjadi konflik antara dua atau lebih hukum moral, dan hanya satu yang dapat dijalankan. Hukum moral mana yang harus diikuti dalam situasi semacam ini? Kedua, imperatif kategoris menetapkan standar yang sangat tinggi, yang bagi sebagian orang sulit untuk diikuti. Ada banyak contoh di mana individu tidak diperlakukan dengan hormat dan martabat, di mana mereka dianggap hanya sebagai alat dalam proses produksi, kemudian dibuang ketika kegunaannya telah berakhir. Banyak perusahaan menggunakan anak-anak di bawah umur dengan upah yang rendah dan mempekerjakan pekerja kontrak untuk menghindari kewajiban memberikan fasilitas ketenagakerjaan. Perspektif Kant menekankan bahwa kita semua bagian dari komunitas moral yang menempatkan tugas dan kewajiban di atas kebahagiaan dan kesejahteraan ekonomi. Meskipun merupakan standar moral yang sangat ideal, mengikuti kewajiban dapat memiliki konsekuensi yang merugikan.

Teori Teleologis merupakan pilihan yang sesuai bagi pelaku bisnis yang memprioritaskan hasil, karena menekankan pada akibat dari pengambilan keputusan. Penilaian terhadap kebijakan, pilihan, keputusan, atau tindakan bisnis ditentukan berdasarkan dampak atau konsekuensinya. (Brooks, LJ. & Dunn, 2012). Saat seorang investor mengevaluasi investasinya, dia menerapkan pertimbangan etika teleologis

untuk menilai apakah investasi tersebut baik atau buruk, menguntungkan atau tidak, dan sesuai atau tidak dengan harapannya. Jika pengembalian investasi berada di bawah ekspektasi, dianggap sebagai keputusan investasi yang buruk atau tidak etis. Sebaliknya, jika pengembalian melebihi ekspektasi, dianggap sebagai investasi yang baik atau bermoral. Oleh karena itu, penilaian etis tidak terletak pada keputusan itu sendiri, melainkan pada hasil atau konsekuensinya. Investasi dianggap baik atau buruk berdasarkan hasilnya. Investasi dianggap etis jika menghasilkan dampak positif, dan tidak etis jika menghasilkan dampak negatif.

Meskipun berguna dan penting bagi bisnis, teori etika utilitarianisme memiliki beberapa kelemahan mendasar, antara lain:

- a. Utilitarianisme mengasumsikan bahwa bahwa kebahagiaan, utilitas, kesenangan, sakit dan penderitaan bisa diukur. Akuntan misalnya sangat pandai mengukur transaksi ekonomi dalam bentuk uang (rupiah atau dolar) karena uang merupakan standar pengukuran yang seragam. Tetapi tidak ada pengukuran umum untuk kebahagiaan, tidak pula kebahagiaan seseorang setara dengan kebahagiaan orang lain. Lagi pula uang bukan perwakilan yang tepat untuk kebahagiaan.
- b. Masalah distribusi dan intensitas kebahagiaan menurut prinsip utilitarianisme adalah menciptakan sebanyak mungkin kebahagiaan dan membaginya kepada sebanyak mungkin orang. Namun, dalam praktiknya, utilitarianisme kurang memperhatikan prinsip-prinsip lain seperti keadilan dan kesetaraan. Apakah adil jika mengorbankan kepentingan individu demi kebahagiaan yang lebih besar? Atau apakah sebuah keputusan yang menguntungkan satu kelompok pemangku kepentingan dengan merugikan kelompok lain dapat dianggap adil?
- c. Pertanyaan lain yang muncul adalah seberapa banyak orang yang harus dipertimbangkan? Apakah yang perlu dipertimbangkan hanya kepentingan investor, masyarakat setempat, masyarakat global, atau juga kepentingan generasi mendatang?
- d. Utilitarianisme mengabaikan motivasi dan berfokus hanya pada konsekuensi. Pada

hal dapat saja terjadi bahwa konsekuensinya sama tetapi motivasinya berbeda. Utilitarianisme dengan demikian tidak cukup menghasilkan keputusan etis yang komprehensif.

Oleh karena itu, ketika terdapat kelemahan dalam dua teori, baik deontologis maupun teleologis, solusinya adalah untuk mengatasi kelemahan dalam teori deontologis dengan mempertimbangkan teori teleologis, dan sebaliknya, mengatasi kelemahan dalam teori teleologis dengan mempertimbangkan teori deontologis.

4.4 Peran Etika Bisnis terhadap Perusahaan

Etika bisnis adalah bagian dari etika terapan yang bertujuan untuk mengawasi dan mengevaluasi kerangka moral dan etika suatu perusahaan. Ini mencakup penilaian terhadap bagaimana perusahaan menangani isu-isu moral dan etika serta mengidentifikasi kekurangan dalam proses mereka. Lingkupnya meliputi semua aspek bisnis dari produksi hingga administrasi, keuangan, dan pemasaran. Etika bisnis juga relevan untuk berbagai industri dan dapat bersifat deskriptif atau normatif dalam disiplinnya. Dalam konteks perusahaan, etika bisnis memiliki peran kunci dalam membentuk perusahaan yang kuat dan kompetitif serta mampu menciptakan nilai yang signifikan. Untuk mencapai hal ini, landasan yang kuat diperlukan, yang biasanya dimulai dari perencanaan strategis, struktur organisasi yang efisien, prosedur yang transparan, didukung oleh budaya perusahaan yang solid, dan penerapan etika perusahaan yang konsisten dan terus menerus.

Richard De George, dalam Widiyawati (2023), menekankan bahwa keberhasilan suatu industri membutuhkan tiga hal pokok: pertama, memiliki produk berkualitas; kedua, memiliki manajemen yang efektif; dan ketiga, memiliki etika yang baik. Ketiga aspek utama bisnis ini dapat dipandang dari perspektif ekonomi, hukum, dan etika. (Widiyawati, 2023):

1) Sudut pandang ekonomi. Bisnis merupakan aktivitas murah yang terjalin disini merupakan terdapatnya interaksi antara produsen/ industri dengan pekerja, produsen dengan konsumen, produsen dengan produsen dalam suatu organisasi. Aktivitas antar manusia ini merupakan bertujuan buat mencari untung oleh sebab itu jadi aktivitas murah. Pencarian keuntungan dalam bisnis

tidak bertabiat sepihak, namun dicoba lewat interaksi yang mengaitkan bermacam pihak. Dari sudut pandang murah, good business merupakan bisnis yang bukan saja menguntungkan, namun pula bisnis yang bermutu etis. Tanggung jawab ekonomi organisasi-kontribusinya terhadap perekonomian. Dari hari awal, bisnis wajib layak, membuat keuntungan untuk pemegang saham serta owner, yang pada gilirannya mendorong perekonomian yang lebih luas. Bisnis yang kandas penuh tanggung jawab ekonomi mereka membatasi perkembangan ekonomi, serta kurangi mungkin kalau industri asing hendak berinvestasi.

2) Sudut pandang etika. Dalam bisnis, berorientasi pada profit, merupakan sangat normal, tetapi jangan keuntungan yang diperoleh tersebut malah merugikan pihak lain. Tidak seluruh yang dapat kita jalani boleh dicoba pula. Kita wajib menghormati kepentingan serta hak orang lain. Pantas dicermati, kalau dengan itu kita sendiri tidak dirugikan, sebab menghormati kepentingan serta hak orang lain itu pula butuh dicoba demi kepentingan bisnis kita sendiri.

3) Perspektif Hukum. Bisnis tidak terlepas dari keterkaitannya dengan hukum, baik itu dalam konteks Hukum Dagang maupun Hukum Bisnis, yang merupakan bagian penting dari ilmu hukum modern. Dalam praktiknya, banyak masalah hukum yang muncul dalam konteks bisnis, baik di tingkat nasional maupun internasional. Seperti halnya etika, hukum juga bersifat normatif karena menetapkan apa yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan. Dari segi normatif, hukum lebih jelas dan tegas dibandingkan dengan etika karena aturan hukum diatur secara tegas dan terdapat sanksi yang jelas jika ada pelanggaran. Tanggung jawab untuk mematuhi hukum merupakan kewajiban utama dalam menjalankan bisnis. Pemerintah biasanya memberlakukan undang-undang dan denda yang harus dipatuhi oleh bisnis. Saat masyarakat berpikir bahwa bisnis berbuat secara tidak adil, atau mempunyai harapan bahwasannya bisnis tidak memenuhi, maka ada kemungkinan butuh sebuah pengadilan. Kemudian legislasi bisa meneruskan untuk mengatur aktifitas itu. Banyak hukum dalam bisnis tidak mulai sebagai UU, namun masalah yang etis dan menarik keberatan yang serius dan berulang.

Dengan memahami pentingnya etika dalam konteks bisnis perusahaan, peran dan fungsi etika menjadi krusial untuk kemajuan perusahaan itu sendiri. Masalah etika bisnis yang timbul di berbagai bagian perusahaan beragam sesuai dengan fungsi masing-masing. Misalnya, dalam bidang akuntansi, tantangan etika mungkin terkait dengan kewajiban untuk melaporkan secara jujur dan akurat, sementara dalam keuangan, mungkin berkaitan dengan pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab dan adil. Begitu pula dalam produksi dan pemasaran, etika bisa menjadi pertimbangan dalam menghadapi keputusan tentang keamanan produk dan kejujuran dalam pemasaran. Sementara itu, dalam hal sumber daya manusia, masalah etika mungkin berkisar pada keadilan dalam perekrutan dan perlakuan terhadap karyawan. Di bidang teknologi informasi, tantangan etika mungkin terkait dengan privasi data dan keamanan informasi. Semua ini menunjukkan bahwa etika bisnis merupakan aspek penting yang harus dipertimbangkan di setiap level dan fungsi perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari uraian-uraian di atas dapat ditarik simpulan:

1. Etika bisnis memegang peranan penting dalam kemajuan perusahaan. Berbagai divisi dalam perusahaan menghadapi tantangan etika yang berbeda-beda, sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Contohnya, di bidang akuntansi, etika berkaitan dengan pelaporan yang akurat dan jujur. Di keuangan, etika berkaitan dengan manajemen keuangan yang adil dan bertanggung jawab. Di produksi dan pemasaran, etika berkaitan dengan keamanan produk dan kejujuran dalam promosi. Di manajemen sumber daya manusia, etika berkaitan dengan keadilan dalam perekrutan dan perlakuan terhadap karyawan. Di teknologi informasi, etika berkaitan dengan privasi data dan keamanan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis merupakan elemen vital yang harus dipertimbangkan di setiap tingkatan dan fungsi perusahaan.
2. Pelaku bisnis harus menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan saling menguntungkan, dengan tetap memperhatikan nilai-nilai budaya

masyarakat. Untuk menjamin profesionalisme, bisnis harus dibangun atas dasar kepercayaan dan memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat, baik langsung maupun tidak langsung.

3. Di era digital yang cepat dan transparan, etika bisnis adalah panduan moral untuk kesuksesan usaha. Transparansi dan kejujuran terhadap karyawan, konsumen, pemasok, investor, dan masyarakat adalah fondasi penting untuk membangun kepercayaan. Etika bisnis memainkan peran kunci dalam membangun hubungan harmonis dan saling menguntungkan di antara pemangku kepentingan. Kepercayaan yang terbangun menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Etika bisnis juga memberi manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan dengan kontribusi pada pembangunan ekonomi, sosial, dan pelestarian lingkungan.

Saran

1. Karyawan sebuah perusahaan harus memiliki kesadaran batin yang kuat terhadap penerapan etika dalam bisnis agar dapat mencegah terjadinya kecurangan atau penipuan di dalam organisasi. Apabila terjadi pelanggaran etika, tindakan disiplin atau sanksi yang sesuai harus diterapkan untuk memastikan agar perusahaan tetap berjalan dengan integritas dan kredibilitas yang baik.
2. Meskipun kondisi dalam dunia bisnis kadang tidak menguntungkan, banyak pelaku bisnis yang jujur dan berintegritas mengharapkan agar lingkungan bisnis yang dijalankan mengikuti prinsip etika yang sehat. Mereka menginginkan sebuah lingkungan bisnis yang stabil, tepercaya, dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan negara.
3. Etika bisnis bukan hanya masalah moral, tetapi juga berkaitan dengan efisiensi dalam bisnis. Hanya dengan menerapkan standar etika bisnis yang sesuai, perekonomian suatu negara dapat berkembang dengan baik dan kokoh.

DAFTAR PUSTAKA

- Bertens, K. (1993). *Etika* (P. Gramedia (ed.)). PT. Gramedia.
- Bertens, K. (2014). *Pengantar Etika Bisnis*.
- Brooks, L.J. & Dunn, P. (2012). *Etika Bisnis & Profesi untuk Direktur, Eksekutif, dan*

- Akuntan* (K. Pratiwi (ed.)). Salemba Empat.
- Issa, B. R. (2004). *Etika Bisnis Islami (Terjemahan Muhammad)*. Pustaka Belajar.
- Joseph, T. S. (2021). *Apa Saja Prinsip-Prinsip Etika Dalam Berbisnis?* Alumni Universitas STEKOM.
<https://alumni.stekom.ac.id/artikel/apa-saja-prinsip-prinsip-etika-dalam-berbisnis>
- Kant, I. (1785). *HISTORY OF PHILOSOPHY Groundwork of the Metaphysics of Morals*.
- Keraf, S. (1998). *Etika Bisnis dan Relevansinya*. Kanisius.
- Susandy, G., & Ramdhan, D. (2015). *Etika Sebagai Strategi Bisnis Jangka Panjang Dalam Era Bisnis Global dan Revolusi Teknologi Informasi*. *Dimensia*, 12(1 Maret).
- Weruin, U. U. (2019). *Teori-teori Etika dan Sumbangan Pemikiran Para Filsuf Bagi Etika Bisnis*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2 Oktober).
- Widiyawati, D. (2023). *Analisis Peranan Penting Etika Bisnis Dalam Kelangsungan Usaha Perusahaan Bisnis*. *Majalah Ilmiah FISIP UNTAG*, 20(1 April).
- Zubair, A. C. (1987). *Kuliah Etika*. Rajawali Press.

