



MATA KULIAH ETIKA BISNIS

[KODE/SKS : IT023270/ 2 SKS]



BISNIS DAN ETIKA

BISNIS DAN ETIKA

❑ **Mitos Bisnis Amoral**

Mengungkapkan suatu keyakinan bahwa antara bisnis dan moralitas atau etika tidak ada hubungan sama sekali

Etika justru bertentangan dengan bisnis dan akan membuat pelaku bisnis kalah dalam persaingan bisnis yang ketat

Orang bisnis tidak perlu memperhatikan imbauan-imbauan, norma-norma dan nilai moral



Argumen:

- ❖ Bisnis adalah suatu persaingan, sehingga pelaku bisnis harus berusaha dengan segala cara dan upaya untuk bisa menang
- ❖ Aturan yang dipakai dalam permainan penuh persaingan, berbeda dari aturan yang dikenal dalam kehidupan sosial sehingga tidak bisa dinilai dengan aturan moral dan sosial
- ❖ Orang bisnis yang mau mematuhi aturan moral atau etika akan berada pada posisi yang tidak menguntungkan

Mitos bisnis amoral tidak sepenuhnya benar

- Beberapa perusahaan ternyata bisa berhasil karena memegang teguh kode etis dan komitmen moral tertentu
- Bisnis adalah bagian aktivitas yang penting dari masyarakat, sehingga norma atau nilai yang dianggap baik dan berlaku di masyarakat ikut dibawa serta dalam kegiatan bisnis
- Harus dibedakan antara legalitas dan moralitas



Etika harus dibedakan dari ilmu empiris

Etika tidak mendasarkan norma atau prinsipnya pada kenyataan faktual yang terus berulang.

Menurut Hume :dari kenyataan yang ada (*is*) tidak bisa ditarik sebuah perintah normatif (*ought*)

contoh : sogok, suap, kolusi, monopoli, nepotisme

Berbagai aksi protes yang mengecam berbagai pelanggaran dalam kegiatan bisnis menunjukkan bahwa bisnis harus dijalankan secara baik dan tetap mengindahkan norma-norma moral


Keutamaan Etika bisnis

1. Dalam bisnis modern, para pelaku bisnis dituntut untuk menjadi orang-orang profesional di bidangnya

Perusahaan yang unggul bukan hanya memiliki kinerja dalam bisnis, manajerial dan finansial yang baik akan tetapi juga kinerja etis dan etos bisnis yang baik

2. Dalam persaingan bisnis yang sangat ketat, maka konsumen benar-benar raja

Kepercayaan konsumen dijaga dengan memperlihatkan citra bisnis yang baik dan etis

- 
3. Dalam sistem pasar terbuka dengan peran pemerintah yang menjamin kepentingan dan hak bagi semua pihak, maka perusahaan harus menjalankan bisnisnya dengan baik dan etis
 4. Perusahaan modern sangat menyadari bahwa karyawan bukanlah tenaga yang harus dieksploitasi demi mendapat keuntungan

Kenneth Blanchard dan Norman Vincent Peale:
“perlakuan yang baik terhadap karyawan telah menaikkan keuntungan perusahaan sebesar 20% atau telah menurunkan harga produk perusahaan tersebut sebesar 20%

Sasaran dan Lingkup Etika Bisnis

1. Etika bisnis bertujuan untuk menghimbau pelaku bisnis agar menjalankan bisnisnya secara baik dan etis
2. Untuk menyadarkan masyarakat khususnya konsumen, buruh atau karyawan dan masyarakat luas akan hak dan kepentingan mereka yang tidak boleh dilanggar oleh praktek bisnis siapapun juga
3. Etika bisnis juga berbicara mengenai sistem ekonomi yang sangat menentukan etis tidaknya suatu praktek bisnis

Prinsip-prinsip Etika Bisnis

1. Prinsip otonomi

Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadaran sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.

Orang yang otonom adalah orang yang bebas mengambil keputusan dan tindakan serta bertanggung jawab atas keputusan dan tindakannya tersebut

2. Prinsip Kejujuran

- ✓ Kejujuran dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak
- ✓ Kejujuran dalam penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga sebanding
- ✓ Kejujuran dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan

3. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggung jawabkan



4. Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip ini menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.

Dalam bisnis yang kompetitif, prinsip ini menuntut agar persaingan bisnis haruslah melahirkan suatu win-win solution

5. Prinsip Integritas Moral

Prinsip ini dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar dia menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baiknya atau nama baik perusahaan

Etos Bisnis

Etos bisnis adalah suatu kebiasaan atau budaya moral menyangkut kegiatan bisnis yang dianut dalam suatu perusahaan dari satu generasi ke generasi yang lain.

Inti etos ini adalah pembudayaan atau pembiasaan penghayatan akan nilai, norma, atau prinsip moral tertentu yang dianggap sebagai inti kekuatan dari suatu perusahaan yang juga membedakannya dari perusahaan yang lain.

Etos bisnis dibangun atas dasar visi atau filsafat bisnis pendiri perusahaan sebagai penghayatan tentang bisnis yang baik

Relativitas Moral dalam Bisnis

Dalam bisnis global yang tidak mengenal batas negara, etika masyarakat mana yang harus diikuti?

Tiga pandangan umum yang dianut :

1. Norma etis berbeda antara satu tempat dengan tempat yang lain.

“Kalau di Roma, bertindaklah sebagaimana dilakukan orang roma” (kubu komunitarian)

Artinya perusahaan harus mengikuti norma dan aturan moral yang berlaku di negara itu

2. Norma sendirilah yang paling benar dan tepat

“Bertindaklah di mana saja sesuai dengan prinsip yang dianut dan berlaku di negaramu sendiri”

Pandangan ini mewakili kubu moralisme universal, bahwa pada dasarnya norma dan nilai moral berlaku universal (prinsip yang dianut sendiri juga berlaku di negara lain)


3. Tidak ada norma moral yang perlu diikuti sama sekali (De George menyebutnya sebagai dengan “immoralis naif”)




Kelompok stakeholders:

1. Kelompok primer. Pemilik modal atau saham, kreditor, karyawan, pemasok, konsumen, penyalur dan pesaing atau rekanan. Perusahaan harus menjalin relasi bisnis yang baik dan etis dengan kelompok ini

2. Kelompok sekunder. Pemerintah setempat, pemerintah asing, kelompok sosial, media massa, kelompok pendukung, masyarakat

- 
- ❑ Pendekatan stakeholder ialah cara mengamati dan menjelaskan secara analitis bagaimana berbagai unsur akan dipengaruhi dan juga mempengaruhi keputusan dan tindakan bisnis
 - ❑ Memetakan hubungan-hubungan yang terjalin
 - ❑ Pendekatan Stakeholder dalam kegiatan bisnis pada umumnya untuk memperlihatkan siapa saja yang mempunyai kepentingan, terkait, dan terlibat dalam bisnis itu

- 
- "Bisnis harus dijalankan sedemikian rupa agar hak dan kepentingan semua pihak terkait yang berkepentingan (stakeholders) dengan suatu kegiatan bisnis harus bisa dijamin, diperhatikan dan dihargai" (disebut tujuan imperatif)
 - Bermuara pada prinsip minimal : menuntut agar bisnis apapun perlu dijalankan secara baik dan etis demi menjamin kepentingan stakeholder