

MAJALAH MANAJEMEN & BISNIS **GANESHA**

ISSN : 2579 - 4922 VOLUME 2, NOMOR 1, APRIL 2018

Pengaruh Perhitungan Bunga Kredit Dalam Pembelajaran Matematika Terhadap Hasil Belajar Akuntansi Siswa SMK Swasta Di Kota Depok (Survei Pada Siswa Kelas XII SMK Bina Mulla Di Kota Depok)
Nurhayati, S.Pd., M.Pd

Analisis Perbandingan Bank Umum Konvensional Dan Bank Umum Syariah
Joned C. Saksana, S.Ip., SE., MM

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BIPRO Indonesia
Dr. Muhamad Ridwan, MM

Pengusaha Beretika Bisnis Mewujudkan Penegakan Hukum
Dr. (C). H. Syafrudin Makmur, SH., MH

Analisis Sistem Perencanaan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Gorontalo
Asma Ulhasna Adam, SE., MM

Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif Dalam Bisnis Melalui Sumber Daya Manusia
Dr. Warsono, SE., M.Pd

Peran Sumber Daya Manusia Dalam Strategi Bisnis
Dr. Sugeng Prayetno, MM., CHRA

Rencana Pengembangan Daerah Penyangga Taman Nasional (Studi Kasus Di Taman Nasional Bogani Nani Warta Bone)
Dr. Ir. Rachman Upe, MM

Perubahan Lingkungan Bisnis Dan Peran Manajemen Sumber Daya Manusia
Hendra Permedi, ST., MM



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
GANESHA - JAKARTA

MAJALAH MANAJEMEN & BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
GANESHA - JAKARTA
Volume 2, Nomor 1, April 2018

Diterbitkan oleh : STIE GANESHA PRESS

EDITORIAL

Penanggung Jawab : Dr. Warsono, SE.,M.Pd

Redaksi Pelaksana : Fahri, SH., MM., MH
Winna Sarikusumaningtyas, S.IP., SE., MM
Abdul Kohar, S. Pd., M.Pd

Editor : Dr. Sugeng Prayetno, MM., CHRA
Dr. Achmad Mulyana, SE., MM

Penyunting : Hendra Permadi, ST, MM

Mitra Bestari : Dr. Erna Widodo, MM
Dr. Ir. Agus Hariyadi, MM

Layout & Desain : Devan Rizaldi, S.Kom

Administrasi Umum : M. Tafsiruddin, M.Kom

Alamat Redaksi :

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
GANESHA – JAKARTA
Jl. Legoso Raya No. 31 Ciputat Jakarta Selatan
Telepon : (021) 744 3078, Fax. (021) 7471 0842
Email : majalah.ganesha@yahoo.com
(Terbit 2 kali dalam satu tahun : April dan November)

Penerbit :

STIE GANESHA PRESS
Jl. Legoso Raya No. 31 Ciputat Jakarta Selatan
Telepon : (021) 744 3078, Fax. (021) 7471 0842

DAFTAR ISI
MAJALAH MANAJEMEN & BISNIS
GANESHA
Volume 2, Nomor 1, April 2018

Pengantar dari Redaksi	i
Daftar Isi	ii
Pengaruh Perhitungan Bunga Kredit Dalam Pembelajaran Matematika Terhadap Hasil Belajar Akuntansi Siswa SMK Swasta Di Kota Depok (Survei Pada Siswa Kelas XII SMK Bina Mulia Di Kota Depok) Nurhayati, S.Pd., M.Pd	1 - 14
Analisis Perbandingan Bank Umum Konvensional Dan Bank Umum Syariah Joned C. Saksana, S.Ip., SE., MM	15 - 29
Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BIPRO Indonesia Dr. Muhamad Ridwan, MM	30 - 38
Pengusaha Beretika Bisnis Mewujudkan Penegakan Hukum Dr. (C).H. Syafrudin Makmur, SH., MH	39 - 56
Analisis Sistem Perencanaan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Gorontalo (<i>Analysis Of Human Resource Planning System In Health Office Gorontalo Province</i>) Asma Ulhusna Adam, SE., MM	57 - 67
Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif Dalam Bisnis Melalui Sumber Daya Manusia Dr. Warsono, SE., M.Pd	68 - 74
Peran Sumber Daya Manusia Dalam Strategi Bisnis Dr. Sugeng Prayetno, MM., CHRA	75 - 86
Rencana Pengembangan Daerah Penyangga Taman Nasional (Studi Kasus Di Taman Nasional Bogani Nani Warta Bone) Dr. Ir. Rachman Upe, MM	87 - 98
Perubahan Lingkungan Bisnis Dan Peran Sumber Daya Manusia Hendra Permadi, ST., MM	99-110
Panduan Untuk Penulis	111-114

**PENGUSAHA BERETIKA BISNIS
MEWUJUDKAN PENEGAKAN HUKUM**

Dr. (C) H. Syafrudin Makmur, SH., MH.
Dosen Pascasarjana STIE Ganesha Jakarta

ABSTRAK

Etika bisnis mengajak para pelaku bisnis mewujudkan citra dan manajemen bisnis yang baik agar bisnis itu pantas dimasuki oleh semua orang yang mempercayai adanya dimensi etis dalam dunia bisnis. Hal ini sekaligus menghalau citra buruk dunia bisnis sebagai kegiatan yang kotor, licik, dan tipu muslihat. Etika Bisnis adalah seni dan disiplin dalam menerapkan prinsip-prinsip etika untuk mengkaji dan memecahkan masalah-masalah moral yang kompleks. Etika bisnis menyadarkan pelaku bisnis karena konsumen, buruh atau karyawan dan masyarakat luas, akan hak dan kepentingan mereka yang tidak boleh dilanggar. Hal ini seringkali dilupakan dan jarang disinggung dalam berbisnis. Penegakkan hukum sangat penting dan diperlukan, sebagai sarana yang tepat untuk mendorong ditaatinya nilai etis tertentu dalam bisnis.

ABSTRACT

Business ethics invites business actors to create good business image and management in order for the business to be accessible to everyone who believes in an ethical dimension in the business world. This at once dispels the bad image of the business world as a dirty, cunning, and deceitful activity. Business Ethics is the art and discipline in applying ethical principles to examine and solve complex moral problems. Business ethics awaken business people because consumers, workers or employees and the public at large, will their rights and interests not be violated. This is often forgotten and rarely mentioned in business. Law enforcement is crucial and necessary, as an appropriate means to encourage compliance with certain ethical values in business.

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Menurut Ricard Burton Simatupang, bahwa bisnis diartikan sebagai keseluruhan kegiatan usaha yang dijalankan oleh orang atau badan secara teratur dan terus menerus, yaitu berupa kegiatan mengadakan barang-barang atau jasa-jasa ataupun fasilitas-fasilitas untuk diperjualbelikan, dipertukarkan atau disewagunakan dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Kemudian menurut *Black's Law Dictionary* : "*Business: employment, occupation, profession, or commercial activity engaged in*

for gain or livelihood. Activity or enterprise for gain, benefit, advantage or livelihood..."¹

Di dunia modern, etika dan tanggung jawab sosial bisnis merupakan pokok bahasan yang serius dalam diskusi-diskusi bisnis kontemporer tentang perencanaan-perencanaan kebijakan, manajemen proses, bahkan dilakukan pula oleh pemerintah.² Secara umum dipahami, bahwa etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai atau standar-standar moral dalam kebijakan, kelembagaan dan pelaku bisnis yang penerapannya akan dapat meningkatkan profitabilitas jangka panjang dan *good will* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan.

Moral merupakan sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan kebaikan, etika bertindak sebagai rambu-rambu yang merupakan kesepakatan secara rela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang bermoral akan mampu mengembangkan etika yang menjamin kegiatan bisnis yang seimbang, selaras dan serasi. Etika sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggota-anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji yang harus dipatuhi dan dilaksanakan.

Etika di dalam bisnis sudah tentu harus disepakati oleh orang-orang yang berada dalam kelompok bisnis serta kelompok yang terkait lainnya. Karena untuk mewujudkan etika dalam berbisnis perlu pembicaraan yang transparan antar semua pihak, baik pengusaha, pemerintah, masyarakat, maupun, bangsa lain agar jangan hanya satu pihak saja yang menjalankan etika, sedangkan pihak lain berpijak kepada apa yang mereka inginkan. Artinya kalau ada pihak terkait yang tidak mengetahui atau menyetujui adanya etika moral dan etika, jelas apa yang disepakati oleh kalangan bisnis tadi tidak akan pernah bisa untuk diwujudkan. Jadi jelas, untuk menghasilkan suatu etika dalam berbisnis yang menjamin adanya kepedulian antar satu pihak dan pihak lain tidak perlu pembicaraan yang bersifat global yang mengarah kepada suatu aturan yang tidak merugikan siapapun dalam perekonomian.

Namun dibalik dengung-dengungnya mengenai etika, tidak sedikit perusahaan yang mendapat citra buruk dari masyarakat, akibat telah banyak menimbulkan persoalan di masyarakat, baik yang menyangkut persoalan sosial ataupun lingkungan. Di antara dampak negatif yang ditimbulkan ialah seperti pencemaran lingkungan, keracunan, polusi udara dan air, limbah kimia, kebisingan, pemaksaan, diskriminasi, sewenang-wenangan, bahkan produksi makanan haram serta *negatif effect* lainnya.³

Meskipun dampak negatif yang ditimbulkan oleh beberapa perusahaan telah banyak membuat masyarakat sekitar menderita dan merugikan banyak pihak. Sejauh ini memang telah banyak perusahaan-perusahaan besar secara empiris ternyata menyimpang banyak persoalan mendasar. Efek samping

¹ Henry Campbell Black. *Black's Law Dictionary. Sixth Edition*. ST. Paul Minn: West Publishing. Co. 1990. hal. 198.

² Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: *The International Institute of Islamic Thought* Indonesia, 2002, hal. 53

³ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Grafika Ilmu, 2011, hal. 1

negatif perusahaan yang selama ini terjadi telah menyisakan duka mendalam bagi masyarakat. Untuk itu, perusahaan tidak boleh diperkenankan hanya mementingkan diri sendiri dengan tanpa mengindahkan efek negatif yang timbul bagi lingkungan. Orientasi perusahaan seharusnya bergeser dari yang diorientasikan untuk *shareholder* (*shareholder orientation*) dengan bertitik tolak pada ukuran kinerja ekonomi (*economic orientation*) semata, ke arah keseimbangan lingkungan dan masyarakat (*community*) dengan memperhitungkan dampak sosial (*stakeholder orientation*).⁴

Dari sinilah sebuah etika perlu diterapkan untuk mengurangi adanya efek negatif yang memunculkan citra buruk dari masyarakat. Terkecuali bagi perusahaan yang dalam operasionalnya masih menggunakan etika dan tetap berada dalam batas-batas keselarasan dan keseimbangan, serta memper-timbangkan masa depan (*sustainability development*).

Mau tidak mau, ketika suatu perusahaan ingin tetap eksis dan dapat diterima oleh masyarakat, maka perusahaan harus bertanggungjawab untuk mensejahterakan dan mengembangkan masyarakat, tidak justru membuat masyarakat panik dan menderita akibat dampak industrialisasi yang muncul. Berangkat dari fenomena yang marak terjadi di beberapa tempat, mengharuskan adanya tindakan preventif sebagai langkah baru untuk mengendalikan keganasan dampak negatif perusahaan yang banyak dibenci masyarakat menjadi jinak sehingga perlahan-lahan disukai masyarakat. Melalui kajian etika dikalangan pengusaha di dunia bisnis bisa mengembalikan *power* sebuah kepercayaan masyarakat. Dari alasan tersebut penulis ingin membahas lebih dalam mengenai aspek penting etika bisnis di dunia usaha.

Sebelum mengerti arti dari etika bisnis, terlebih dahulu mengerti arti dari etika. Etika berasal dari bahasa Yunani Kuno *ethos*. Dalam bentuk kata tunggal, kata tersebut memiliki banyak arti, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir. Dalam bentuk jamak (*ta etha*) artinya adat kebiasaan. Dan artinya adalah adat kebiasaan dan arti terakhir inilah menjadi latar belakang bagi terbentuknya istilah etika yang sudah dipakai filosof Yunani Besar, Aristoteles sudah dipakai untuk menunjukkan filsafat moral.⁵

Selain Aristoteles, Plato sebagai seorang moralistik Yunani berkata, bahwa benda yang tertinggi nilainya ialah kekuasaan yang ada dalam jiwa manusia, supaya manusia senantiasa cinta kepada kebenaran dan supaya manusia melakukan segala sesuatu untuk kepentingan kebenaran.⁶ Dalam kamus bahasa Inggris, etika (*ethic*) mengandung empat pengertian. Pertama, etika adalah prinsip tingkah laku yang baik atau kumpulan dari prinsip-prinsip itu. Kedua, etika merupakan sistem prinsip-prinsip atau nilai-nilai moral. Ketiga, dalam kata *ethics* diartikan sebagai kajian tentang hakikat umum moral. Keempat, *ethics* ialah ketentuan-ketentuan atau ukuran-ukuran yang mengatur tingkah laku para anggota profesi.⁷

⁴ *Ibid.*, hal, 21

⁵ Nur Ahmad Fadhil dan Azhari Akmal, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Hijri Pustaka Utama, 2001, hal. 25

⁶ M. Solly Lubis, dalam bukunya Abdul Wahid dan Sunardi, *Quo Sadis Penegakan Hukum*, Bandung: Tarsito, 1995, hal. 24

⁷ *Ibid.*, hal. 25-26

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia etika dijelaskan dengan arti ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Etika juga diartikan kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Serta diartikan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan masyarakat.⁸ Kata etika dalam kamus ilmiah populer diartikan sebagai pengkajian soal moralitas atau terhadap nilai tindakan moral. Istilah ini juga menunjukkan sistem atau kode yang dianut.

Seiring dengan arti itu etika memiliki tiga rumusan, pertama etika sebagai sistem nilai. Kata etika bisa dipakai dalam arti nilai-nilai dan norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau sekelompok dalam mengatur tingkah laku. Kedua, etika sebagai kode etik. Etika berarti kumpulan asas atau nilai moral. Ketiga, etika sebagai ilmu tentang apa yang baik dan buruk.⁹

Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan etika bisnis adalah aplikasi etika yang mengatur perilaku bisnis. Norma moralitas merupakan landasan yang menjadi acuan bisnis dalam perilakunya. Dasar perilakunya tidak hanya hukum-hukum ekonomi dan mekanisme pasar saja yang mendorong perilaku bisnis itu tetapi nilai moral dan etika juga menjadi acuan terpenting yang harus dijadikan landasan kebijakannya.

Etika bisnis Islam muncul kepermukaan dengan landasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna. Islam merupakan kumpulan aturan-aturan ajaran dan nilai-nilai yang dapat menghantarkan manusia dalam kehidupannya menuju tujuan kebahagiaan hidup baik di dunia maupun akhirat. Etika bisnis Islam tidak jauh berbeda dengan pengejawantahan hukum dalam fikih mualah. Dengan kondisi demikian maka pengembangan etika bisnis Islam yang mengedepankan etika sebagai landasan filosofisnya merupakan agenda yang signifikan untuk dikembangkan.¹⁰

Konsep etika dalam Islam diperlukan untuk membingkai suatu usaha bagi kalangan pengusaha. Konsep etika Islam menawarkan beberapa pilar, yang *pertama*, berusaha hanya untuk mengambil yang halal dan baik, sesuai dengan firman Allah pada Q.S Al baqarah ayat 168, *kedua*, halal cara memperolehnya terdapat di Q.S. An Nisaa' ayat 29, *ketiga*, halal cara memperolehnya, berlaku adil dan menghindari keraguan di dalam Q.S Al Maidah Ayat 8, serta *keempat*, halal cara penggunaannya, saling tolong-menolong dan menghindari risiko yang berlebihan, tercantum pada Q.S. Az Zukruf Ayat 32.¹¹

Melihat konsep etika yang ditawarkan dan dicermati secara seksama nampak suatu realitas yang teramat kompleks. Kompleksitas bisnis tidak bisa dipahami secara terpisah dari masyarakat yang pada dirinya sendiri juga memiliki struktur sangat kompleks. Bagaimanapun perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang, atau dengan kata lain perilaku berelasi dengan etika. Apabila seseorang taat kepada etika, berkecenderungan akan menghasilkan

⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2001, hal. 309

⁹ M. Thohir, *Etika Penghulu*, dalam Majalah Rindang No. 07 Februari 2011, hal. 27

¹⁰ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al Qur'an: Tentang Etika Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, hal. 3

¹¹ Abdur Rohman, *Ekonomi Al Ghazali*, Surabaya: Bina Ilmu, 1999, hal. 270

perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tidaknya, tanpa kecuali aktifitas bisnis.

Secara konkret bisa diilustrasikan jika seorang pelaku bisnis yang peduli pada etika, bisa diprediksi akan bersikap jujur, amanah, adil selalu melihat kepentingan orang lain (moral altruistik) dan sebagainya. Sebaliknya bagi pengusaha yang tidak mempunyai kesadaran akan etika, dimanapun, dan kapanpun saja tipe kelompok pengusaha kedua ini akan menampilkan sikap kontra produktif dengan sifat tipe kelompok pertama dalam mengendalikan bisnis.¹² Akan tetapi perlu disadari bagaimanapun dalam dunia bisnis mau tidak mau akan muncul masalah-masalah etis dan masalah-masalah etis itu sudah barang tentu harus dicarikan jalan keluarnya.

Bisnis juga terikat dengan hukum. Dalam praktek hukum, banyak masalah timbul dalam hubungan dengan bisnis, baik pada taraf nasional maupun taraf internasional. Walaupun terdapat hubungan erat antara norma hukum dan norma etika, namun dua macam hal itu tidak sama. Ketinggalan hukum, dibandingkan dengan etika, tidak terbatas pada masalah-masalah baru, misalnya, disebabkan perkembangan teknologi.

Tanpa disadari, kasus pelanggaran etika bisnis merupakan hal yang biasa dan wajar pada masa kini. Secara tidak sadar, kita sebenarnya menyaksikan banyak pelanggaran etika bisnis dalam kegiatan berbisnis di Indonesia. Banyak hal yang berhubungan dengan pelanggaran etika bisnis yang sering dilakukan oleh para pebisnis yang tidak bertanggung jawab di Indonesia. Berbagai hal tersebut merupakan bentuk dari persaingan yang tidak sehat oleh para pebisnis yang ingin menguasai pasar. Selain untuk menguasai pasar, terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi para pebisnis untuk melakukan pelanggaran etika bisnis, antara lain untuk memperluas pangsa pasar, serta mendapatkan banyak keuntungan. Ketiga faktor tersebut merupakan alasan yang umum untuk para pebisnis melakukan pelanggaran etika dengan berbagai cara.

Contoh kasus dalam etika bisnis adalah menjual bahan pangan asal hewan yang tidak sehat dan tidak aman. Hampir setiap Ramadan datang dihadapkan pada temuan seperti penjualan daging bangkai ayam, daging sapi "glonggongan" dan beberapa kasus lainnya. Selain faktor kehalalan tentu bahan pangan asal hewan tersebut membahayakan kesehatan konsumen. Hal ini jelas merugikan masyarakat selaku pihak konsumen. Harga yang melonjak tinggi ternyata juga disertai kualitas pangan yang membahayakan kesehatan konsumen.¹³

Solusi atau tindakan yang diperlukan ialah Ketegasan, itulah yang menjadi kata kunci dalam menghentikan peredaran daging bermasalah. Semestinya, begitu ditemukan penjualan daging bermasalah, maka, semua rantai penjualan barang haram itu harus dikenai sanksi. Tidak harus menunggu mereka melakukannya berulang kali, yang akan semakin merugikan konsumen. Ironinya, justru hal inilah yang belum dilakukan oleh aparat Pemerintah. Selama ini Pemerintah belum bertindak tegas terhadap

¹² H. Muhammad Djafar, *Etika Bisnis Islami*, Malang: UIN Malang Press, 2008, hal. 85

¹³ "Etika Bisnis Bagi Perusahaan", *Jurnal Manajemen*, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2016, <http://nathaliakiliss25.blogspot.co.id/2016/11/jurnal-etika-bisnis.html>, diakses 25 Maret 2018.

para pedagang barang-barang haram itu. Paling-paling hanya diberi teguran, penyuluhan dan pembinaan. upaya-upaya yang akan dilakukan dalam menanggulangi penjualan daging sapi glonggongan yang semakin menjamur terutama di pasar tradisional, dimana dalam hal ini tentunya diperlukan kerjasama dan koordinasi yang baik antara aparat Kepolisian, Dinas Perdagangan, Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, Departemen Agama dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pemerintah juga harus melakukan pengawasan secara rutin tidak hanya menjelang Bulan Ramadhan atau hari-hari besar keagamaan terlebih pemerintah harusnya tidak bertindak pasif dengan menunggu pengaduan masyarakat.

Selain itu diperlukan kesediaan semua pihak untuk mencegah agar tidak membanjirnya daging sapi glonggongan didalam masyarakat. Ironinya, justru hal inilah yang belum dilakukan oleh aparat Pemerintah. Selama ini Pemerintah belum bertindak tegas terhadap para pedagang yang menjual daging sapi glonggongan. paling-paling hanya diberi teguran, penyuluhan dan pembinaan. Padahal, sudah ada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Pada Pasal 4 (c) diungkapkan bila menjadi hak konsumen untuk mengetahui informasi kualitas produk secara jujur. Di Pasal 8 dan 9 diulas perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Bahkan di Pasal 62, dijelaskan bila pelaku usaha yang melanggar bisa dikenai pidana denda hingga 2 milyar rupiah serta sanksi pidana kurungan paling lama 5 tahun. Pemerintah juga bisa mengacu pada Undang-undang No.6 Tahun 1967 tentang Pokok Kesehatan. Yang pasti, pada pelaku perdagangan daging bermasalah bisa dikenakan Pasal-Pasal pidana yang diatur dalam Kitab Hukum Undang-undang Pidana (KUHP), khususnya dengan Pasal pidana penipuan.

Contoh lain kasus pelanggaran etika bisnis, akibat dari tidak tercapainya tujuan etika bisnis atau tidak bisa dijalkannya aturan-aturan yang merupakan prinsip-prinsip dalam etika bisnis oleh sebuah perusahaan adalah terjadinya pelanggaran etika. Contoh terakhir adalah pada kasus Ajinomoto. Kehalalan Ajinomoto dipersoalkan MUI pada akhir Desember 2000 setelah ditemukan bahwa pengembangan bakteri untuk proses fermentasi tetes tebu (molase), mengandung bactosoytone (nutrisi untuk pertumbuhan bakteri), yang merupakan hasil hidrolisa enzim kedelai terhadap biokatalisator porcine yang berasal dari pankreas babi. Kasus lainnya, terjadi pada produk minuman berenergi Kratingdeng yang sebagian produknya diduga mengandung nikotin lebih dari batas yang diizinkan oleh Badan Pengawas Obat dan Minuman. "Oleh karena itu perilaku etis perlu dibudayakan melalui proses internalisasi budaya secara *top down* agar perusahaan tetap *survive* dan dapat meningkatkan kinerja keuangannya".

Pengaruh budaya organisasi dan orientasi etika terhadap orientasi strategik secara simultan sebesar 65%. Secara parsial pengaruh budaya organisasi dan orientasi etika terhadap orientasi strategik masing-masing sebesar 26,01% dan 32,49%. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi penerapan etika dan budaya dapat meningkatkan pengaruh terhadap orientasi strategik. "Hendaknya perusahaan membudayakan etika bisnis agar orientasi strategik yang dipilih semakin baik. Salah satu persyaratan bagi penerapan orientasi strategik yang inovatif, proaktif, dan berani dalam mengambil risiko adalah budaya perusahaan yang mendukung".

Etika bisnis tidak akan dilanggar jika ada aturan dan sanksi. Kalau semua tingkah laku salah dibiarkan, lama kelamaan akan menjadi kebiasaan. Repotnya, norma yang salah ini akan menjadi budaya. Oleh karena itu bila ada yang melanggar aturan diberikan sanksi untuk memberi pelajaran kepada yang bersangkutan.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang maka kami mendapatkan batasan dan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah tujuan dan ruang lingkup dari etika bisnis ?
2. Bagaimana aplikasi etika bisnis bagi pelaku usaha ?
3. Bagaimana penegakan hukum dalam etika bisnis ?

C. Pembahasan

1. Tujuan dan Ruang Lingkup Etika Bisnis

Tujuan etika bisnis adalah menggugah kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan para pelaku bisnis untuk menjalankan *good business* dan tidak melakukan *monkey business* atau *dirty business* yang bisa merugikan banyak pihak yang terkait dalam bisnis tersebut.

Etika bisnis mengajak para pelaku bisnis mewujudkan citra dan manajemen bisnis yang baik (etis) agar bisnis itu pantas dimasuki oleh semua orang yang mempercayai adanya dimensi etis dalam dunia bisnis. Hal ini sekaligus menghalau citra buruk dunia bisnis sebagai kegiatan yang kotor, licik, dan tipu muslihat. Kegiatan bisnis mempunyai implikasi etis, dan oleh karenanya membawa serta tanggungjawab etis bagi pelakunya

Etika Bisnis adalah seni dan disiplin dalam menerapkan prinsip-prinsip etika untuk mengkaji dan memecahkan masalah-masalah moral yang kompleks.

Etika bisnis merupakan etika khusus (terapan) yang pada awalnya berkembang di Amerika Serikat. Sebagai cabang filsafat terapan, etika bisnis menyoroti segi-segi moral perilaku manusia dan peraturan-peraturan yang mempunyai profesi di bidang bisnis dan manajemen. Oleh karena itu, etika bisnis dapat dilihat sebagai usaha untuk merumuskan dan menerapkan prinsip-prinsip etika dibidang hubungan ekonomi antar manusia.

Bisnis adalah bisnis. Bisnis jangan dicampuradukkan dengan etika. Para pelaku bisnis adalah orang-orang yang bermoral, tetapi moralitas tersebut hanya berlaku dalam dunia pribadi mereka, begitu mereka terjun dalam dunia bisnis mereka akan masuk dalam permainan yang mempunyai kode etik tersendiri. Jika suatu permainan judi mempunyai aturan yang sah yang diterima, maka aturan itu juga diterima secara etis. Jika suatu praktik bisnis berlaku begitu umum di mana-mana, lama-lama praktik itu dianggap semacam norma dan banyak orang yang akan merasa harus menyesuaikan diri dengan norma itu. Dengan demikian, norma bisnis berbeda dari norma moral masyarakat pada umumnya, sehingga pertimbangan moral tidak tepat diberlakukan untuk bisnis dimana "sikap rakus adalah baik".

Belakangan pandangan diatas mendapat kritik yang tajam, terutama dari tokoh etika Amerika Serikat, Richard George. Ia mengemukakan alasan alasan tentang keniscayaan etika bisnis sebagai berikut.

Pertama, bisnis tidak dapat disamakan dengan permainan judi. Dalam bisnis memang dituntut keberanian mengambil risiko dan spekulasi, namun yang dipertaruhkan bukan hanya uang, melainkan juga dimensi kemanusiaan seperti nama baik pengusaha, nasib karyawan, termasuk nasib-nasib orang lain pada umumnya.

Kedua, bisnis adalah bagian yang sangat penting dari masyarakat dan menyangkut kepentingan semua orang. Oleh karena itu, praktik bisnis mensyaratkan etika, disamping hukum positif sebagai acuan standar dalam pengambilan keputusan dan kegiatan bisnis.

Ketiga, dilihat dari sudut pandang bisnis itu sendiri, praktik bisnis yang berhasil adalah memperhatikan norma-norma moral masyarakat, sehingga ia memperoleh kepercayaan dari masyarakat atas produk atau jasa yang dibuatnya.

Secara terperinci, Richard George menyebut bahwa etika bisnis menyangkut empat kegiatan sebagai berikut:

- a. Penerapan prinsip-prinsip umum dalam praktik bisnis. Berdasarkan prinsi-prinsip etika bisnis itu kita dapat menyoroti dan menilai apakah suatu keputusan atau tindakan yang diambil dalam dunia bisnis secara moral dapat dibenarkan atau tidak. Dengan demikian etik bisnis membantu para pelaku bisnis untuk mencari cara guna mencegah tindakan yang dinilai tidak etis.
- b. Etika bisnis tidak hanya menyangkut penerapan prinsip-prinsip etika pada dunia bisnis, tetapi juga metaetika. Dalam hubungan ini, etika bisnis mengkaji apakah perilaku yang dinilai etis pada individu juga dapat berlaku pada organisais atau perusahaan bisnis. Selanjutnya etika bisnis menyoroti apakah perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial atau tidak.
- c. Bidang telaah etika bisnis menyangkut pandangan-pandangan mengenai bisnis. Dalam hal ini, etika bisnis mengkaji moralitas sistem ekonomi pada umumnya dan sistem ekonomi publik pada khususnya, misalnya masalah keadilan sosial, hak milik, dan persaingan.
- d. Etika bisnis juga menyentuh bidang yang sangat makro, seperti operasi perusahaan multinasional, jaringan konglomerat internasional, dan lain-lain.

Setelah melihat penting dan sangat diperlukanya etika bisnis, ada baiknya jika kita tinjau lebih lanjut apa saja lingkup etika bisnis itu. Sampai saat ini ada tiga ruang lingkup pokok yang harus diperhatikan supaya tujuan dari etika bisnis bisa tercapai, yaitu:

- a. Etika bisnis sebagai etika profesi membahas berbagai prinsip, kondisi, dan masalah yang terkait dengan praktek bisnis yang baik dan etis. Dengan kata lain, etika bisnis pertama-tama bertujuan untuk menghimbau para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis secara baik dan etis.
- b. Menyadarkan masyarakat, khususnya konsumen, buruh, atau karyawan dan masyarakat luas pemilik aset umum semacam lingkungan hidup, akan hak dan kepentingan mereka yang tidak boleh dilanggar oleh

praktek bisnis siapa pun juga. Pada tingkat ini, etika bisnis berfungsi untuk menggugah masyarakat untuk bertindak menuntut para pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik demi terjaminnya hak dan kepentingan masyarakat tersebut. Etika bisnis mengajak masyarakat luas, entah sebagai kartawan, konsumen, atau pemakai aset umum lainnya yang berkaitan dengan kegiatan bisnis, untuk sadar dan berjuang menuntut haknya atau paling kurang agar hak dan kepentingannya tidak dirugikan oleh kegiatan bisnis pihak mana pun.

- c. Etika bisnis juga berbicara mengenai sistem ekonomi yang sangat menentukan etis tidaknya suatu praktek bisnis. Dalam hal ini, etika bisnis lebih bersifat makro, yang karena itu barang kali lebih tepat disebut etika ekonomi. Dalam lingkup makro semacam ini, etika bisnis berbicara mengenai monopoli, oligopoli, kolusi, dan praktek-praktek semacamnya yang akan sangat mempengaruhi tidak saja sehat tidaknya suatu ekonomi melainkan juga baik tidaknya praktek bisnis dalam sebuah negara.

Pencapaian tujuan etika bisnis di Indonesia masih berhadapan dengan beberapa masalah dan kendala. beberapa kendala tersebut yaitu:

- a. Standar moral para pelaku bisnis pada umumnya masih lemah. Banyak di antara pelaku bisnis yang lebih suka menempuh jalan pintas, bahkan menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan dengan mengabaikan etika bisnis, seperti memalsukan campuran, timbangan, ukuran, menjual barang yang kadaluwarsa, dan memanipulasi laporan keuangan.
- b. Banyak perusahaan yang mengalami konflik kepentingan. Konflik kepentingan ini muncul karena adanya ketidaksesuaian antara nilai pribadi yang dianutnya atau antara peraturan yang berlaku dengan tujuan yang hendak dicapainya, atau konflik antara nilai pribadi yang dianutnya dengan praktik bisnis yang dilakukan oleh sebagian besar perusahaan lainnya, atau antara kepentingan perusahaan dengan kepentingan masyarakat. Orang-orang yang kurang teguh standar moralnya bisa jadi akan gagal karena mereka mengejar tujuan dengan mengabaikan peraturan.
- c. Situasi politik dan ekonomi yang belum stabil. Hal ini diperkeruh oleh banyaknya sandiwara politik yang dimainkan oleh para elit politik, yang di satu sisi membingungkan masyarakat luas dan di sisi lainnya memberi kesempatan bagi pihak yang mencari dukungan elit politik guna keberhasilan usaha bisnisnya. Situasi ekonomi yang buruk tidak jarang menimbulkan spekulasi untuk memanfaatkan peluang guna memperoleh keuntungan tanpa menghiraukan akibatnya.
- d. Lemahnya penegakan hukum. Banyak orang yang sudah divonis bersalah di pengadilan bisa bebas berkeliaran dan tetap memangku jabatannya di pemerintahan. Kondisi ini mempersulit upaya untuk memotivasi pelaku bisnis menegakkan norma-norma etika.
- e. Belum ada organisasi profesi bisnis dan manajemen untuk menegakkan kode etik bisnis dan manajemen. Organisasi seperti Kadin beserta asosiasi perusahaan di bawahnya belum secara khusus menangani penyusunan dan penegakkan kode etik bisnis dan manajemen.

Sekarang kalangan bisnis sudah memiliki kesadaran akan pentingnya Etika Bisnis dalam operasi bisnis. Bahkan dalam perkembangannya Etika Bisnis tidak lagi menjadi beban yang terpaksa harus dilaksanakan perusahaan melainkan sudah menjadi salah satu *strategy* pengembangan perusahaan. Karena Tujuan perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk “memaksimumkan kesejahteraan si pemilik dalam rentang waktu jangka panjang melalui aktivitas penjualan barang dan/atau jasa. Contoh nyata akan manfaat etika bisnis sebagai *strategy* pengembangan perusahaan misalnya *Company Social Responsibility* dianggap dapat memberikan keuntungan pada perusahaan dalam bentuk profitabilitas, kinerja *financial* yang lebih kokoh, menurunkan resiko bentrok dengan lingkungan sekitar, meningkatkan reputasi perusahaan, dan lain-lain.

2. Aplikasi Etika Bisnis Bagi Pelaku Usaha

Secara umum, etika adalah ilmu normatif penuntun hidup manusia, yang memberi perintah apa yang seharusnya dikerjakan. Maka ketika etika mengarahkan manusia menuju aktualisasi kapasitas terbaiknya dengan menerapkan etika dan kejujuran dalam berusaha dapat menciptakan baik aset langsung maupun tidak langsung yang akhirnya meningkatkan nilai entinitas bisnis itu sendiri.

Pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang. Dengan demikian, menjadi jelas bahwa tanpa suatu etika yang menjadi acuan, para pembisnis akan lepas tidak terkendali, mengupayakan segala cara, mengorbankan apa saja untuk mencapai tujuannya. Pada umumnya filosofis yang mendominasi para pembisnis adalah cara bagaimana cara memaksimalkan keuntungan.

Adanya 6 (enam) prinsip dalam ilmu ekonomi Islam yang harus diterapkan yaitu:¹⁴

- a. Tauhid (kesatuan). Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam sekaligus horisontal yang memadukan segi politik, sosial ekonomi, kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen yang konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas.
- b. Keseimbangan (keadilan). Keadilan ini sangat ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*, yang memiliki arti umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai pembenah atau pembenar. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemodernan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entinitas bisnis.
- c. Kehendak bebas. Manusia memiliki kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya. Manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktifitas bisnis tertentu, berkreasi dengan mengembangkan segala potensi bisnis yang ada di dalam muka bumi.

¹⁴ Nurma Khusna Khanifa, “Etika Bisnis Sebagai Kiblat Mutlak Pelaku Usaha, Implikasi Ekonomi Islam”, *Jurnal Az Zarqa*, Vol. 6, No. 2, Desember 2014, hal. 219-220

- d. Pertanggungjawaban. Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan. Aktivitas bisnis dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam menggunakan sumber daya yang dikuasai.
- e. Prinsip kejujuran. Kejujuran merupakan kunci keberhasilan para pelaku bisnis untuk mempertahankan bisnisnya dalam jangka panjang. Kejujuran diperlukan dalam dunia bisnis, dengan alasan kejujuran sangat dibutuhkan dalam memulai sebuah perjanjian atau kontrak dan kejujuran sangat relevan dengan penawaran barang terhadap konsumen, serta kejujuran sangat diperlukan dalam hubungan kerja intern.
- f. Prinsip keadilan. Prinsip dimana harus adil dalam menjalankan kewajiban dan memperoleh hak.¹⁵

Enam prinsip di atas memberikan kontribusi bagi para pelaku usaha. Antara ekonomi dalam bisnis dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali, seperti halnya antara ilmu dan akhlak, antar politik dan akhlak, dan antar perang dan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami. Karena risalah Islam adalah risalah Akhlak. Sebagaimana pula tidak pernah terpisah antara agama dan negara, dan antara materi dan rohani. Seorang muslim yakin akan kesatuan hidup dan kesatuan kemanusiaan. Sebab itu tidak bisa diterima sama sekali tindakan pemisahan antara kehidupan dunia dan agama sebagaimana yang terjadi di Eropa.

3. Penegakan Hukum dalam Etika Bisnis

Kegiatan bisnis tidak lepas dari faktor hukum dan rambu-rambu hukum selain rambu-rambu etika bisnis. Perlunya pemahaman hukum agar terlindung dari praktek bisnis curang.

- a. Sadar bahwa Indonesia adalah negara hukum dan di mata hukum manusia itu sama, artinya tidak ada pengecualian.
- b. Memperhatikan pemberitaan media masa tentang Rancangan Undang-Undang, pembahasan di DPR dengan pihak-pihak yang berkepentingan, hingga disahkan sebagai Undang-Undang yang ditandatangani oleh Presiden dan dimasukkan dalam lembaran negara.
- c. Undang-Undang yang sudah disahkan saja tidak cukup. Dalam pelaksanaannya akan diikuti dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) sebagai petunjuk teknis pelaksanaannya, kemudian apabila menyangkut hal-hal detail dan teknis akan diikuti dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri (kepmen).
- d. Mengetahui beberapa Undang-Undang yang berhubungan dengan masalah bisnis, misalnya dengan cara membaca buku-buku, majalah, atau koran yang memaparkan Undang-Undang atau Peraturan-peraturan pemerintah pusat dan daerah
- e. Apabila tersangkut perkara yang menyangkut masalah hukum baik perdata maupun pidana, untuk menghadapi jalannya perkara sejak

¹⁵ Syed Nawab Naqvi, *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis*, telah diterjemahkan oleh husin Anis : *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, Bandung: Mizan, 1993, hal. 50

- pengaduan, pemeriksaan, sampai dengan ke pengadilan, sebaiknya memanfaatkan jasa pengacara atau Lembaga Bantuan Hukum (LBH), agar kita tidak dirugikan karena keterbatasan pengetahuan kita tentang hukum, jalur-jalur hukum, proses hukum, dan sebagainya.
- f. Jangan mencoba-coba untuk mengelabui atau melanggar hukum baik sengaja atau tidak disengaja dengan sebab ketidaktahuan kita, karena hukum harus tetap dilaksanakan atau diterapkan beserta sanksi-sanksinya.
 - g. Dalam menerapkan usaha harus mengetahui syarat-syarat hukum yang menjadi landasan usaha tersebut beserta persyaratan yang terkait.
 - h. Hati-hatilah dalam membuat perjanjian atau kontrak dengan pihak lain. Jangan sampai kita dirugikan atau kena jebakan yang secara hukum adalah sah sifatnya tetapi secara faktual sangat merugikan kita, atau membuat perjanjian yang akan melanggar hukum. Mintalah nasehat atau saran dari penasehat hukum dan dari yang sudah berpengalaman.
 - i. Menjadi anggota asosiasi dagang atau perusahaan sejenis yang banyak manfaatnya bagi perlindungan dan kemajuan usaha. Misalnya Inkindo, Gapensi, Akli, Asephi, dan sebagainya.

Hukum sebagai salah satu sarana/alat pengawasan (*social control*) yang efektif untuk mengendalikan praktek bisnis yang tidak sehat. Sebab hukum menetapkan secara tegas apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan, serta bentuknya yang tertulis memberi rasa aman bagi para pelaku bisnis, karena apabila terjadi pelanggaran sanksinya jelas.

Bisnis tidak bisa lepas dari faktor hukum, tetapi hukum saja belum cukup untuk mengatur bisnis, dalam hal ini pula didukung faktor lain seperti etika. Bahkan pada taraf normatif, etika mendahului hukum. Mematuhi hukum dalam bisnis adalah suatu keharusan.

Etika bisnis mendasari terbentuknya hukum (substansif) bukan sebaliknya hukum yang membentuk etika bisnis. Etika sebagai bagian/cabang dari filsafat (umum) yang mempelajari tentang tingkah laku manusia mengenai baik dan buruknya dalam kehidupan bermasyarakat.

Filsafat hukum mempelajari tentang hakekat hukum, juga merupakan cabang filsafat (khusus). Keduanya (etika dan filsafat) pada dasarnya sama-sama membahas mengenai aturan tingkah laku manusia dalam kehidupan masyarakat dan dipraktekkan dalam kehidupan bermasyarakat.

Etika berkaitan dengan tentang apa yang *benar* dan apa yang *salah*, sedangkan hukum cenderung dapat ditafsirkan sebagai masalah *legal* atau *illegal*. Tidak semua etika diatur secara penuh oleh hukum, karena etika terus berkembang dalam kehidupan masyarakat yang mencerminkan pemikiran etis masyarakat dalam membangun etika bisnis, sedangkan hukum bersifat terbatas. Namun demikian hukum harus dapat mengkodifikasikan harapan dari etika (bisnis), meskipun disadari bahwa tidak semua harapan etika tersebut dapat dipenuhi seluruhnya oleh hukum.

Pembangunan kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan kembali etika dasar (yang disepakati oleh semua pihak) yang digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan/norma perilaku dibuat dan dilaksanakan. Norma/aturan etika bisnis tersebut kemudian diwujudkan dalam bentuk hukum. Dalam hal ini etika dapat dipandang sebagai *state of the art* hukum yaitu merupakan pedoman perilaku yang ditafsirkan kedalam

hukum sebagai pedoman/peraturan dikemudian hari. Pada dasarnya norma bersifat dinamis, begitu dituangkan dalam hukum sifat dinamisnya menjadi berkurang dan bahkan mungkin statis.

Penegakan hukum dalam masyarakat modern tidak saja diartikan dalam arti sempit tetapi juga dalam arti luas, seperti di Indonesia penegakan hukum dikaitkan dengan unsur manusia dan lingkungan sosialnya. Manusia harus menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya, dan sebaliknya lingkungan sosial tersebut diisi dan dipengaruhi pula oleh perilaku-perilaku manusianya.

Perilaku manusia dalam masyarakat tidaklah bersifat bebas, melainkan didisiplinkan oleh jaringan kaidah-kaidah yang terdapat di dalam masyarakat. Kaidah-kaidah ini merupakan suatu rambu-rambu yang mengikat dan membatasi perilaku orang di dalam masyarakat, termasuk di dalamnya para pejabat penegak hukum. Dalam arti yang lebih luas atau hukum pada umumnya adalah keseluruhan kumpulan peraturan-peraturan atau kaidah-kaidah dalam suatu kehidupan bersama. Keseluruhan peraturan tentang perilaku yang berlaku dalam suatu kehidupan bersama yang dapat dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi.

Disisi lain, Soedarto menegaskan bahwa penegakan hukum dapat bersifat preventif, represif dan kuratif dan juga dapat diterapkan pada bidang hukum pidana, hukum perdata dan hukum administrasi. Kesemua sistem penegakan hukum tersebut masing-masing didukung dan dilaksanakan oleh alat perlengkapan negara atau aparaturnya yang mempunyai aturannya masing-masing pula.¹⁶

Penegakan hukum yang bersifat preventif adalah usaha pencegahan kejahatan, upaya untuk menjaga agar orang yang bersangkutan serta masyarakat pada umumnya tidak melakukan kejahatan. Penegakan hukum represif adalah segala tindakan yang dilakukan oleh aparaturnya setelah terjadi kejahatan. Kemudian penegakan hukum kuratif adalah penegakan hukum preventif dalam arti seluas-luasnya dalam usaha penanggulangan kejahatan yang lebih dititikberatkan pada tindakan terhadap orang yang melakukan kejahatan.¹⁷

Penegakan hukum tidak hanya mencakup *law enforcement* tetapi juga *peace maintenance*, karena penegakan hukum merupakan suatu proses penyerasian antara nilai-nilai, kaidah-kaidah, dan pola perilaku nyata, yang bertujuan untuk mencapai kedamaian. Tugas utama penegakan hukum adalah mencapai keadilan. Melalui penegakan hukum inilah hukum menjadi kenyataan.

Dalam bidang hukum, keadilan merupakan tugas bagi hukum atau merupakan suatu kegunaan hukum. Keadilan yang menjadi tugas hukum merupakan hasil penyerasian atau keserasian antara kepastian hukum dan kesebandingan hukum.

Secara ideal kepastian hukum merupakan pencerminan dari asas *neminem laedere*, sedangkan kesebandingan hukum merupakan pencerminan dari asas *suum cuique tribuere*. Asas *neminem laedere* yakni jangan merugikan orang lain. Secara luas asas ini berarti apa yang anda tidak ingin alami, janganlah menyebabkan orang lain mengalaminya. Asas *suum*

¹⁶ Soedarto. *Kapita Selekta Hukum Pidana*. Bandung: Alumnus. 1986. hal. 111

¹⁷ *Ibid.*, hal. 121

tribuere yakni bertindaklah sebanding. Secara luas asas ini berarti apa yang boleh anda mendapat, biarkanlah orang lain berikhtiar mendapatkannya.

Kedua asas tersebut di atas, masing-masing merupakan satu kutub dalam citra keadilan. Asas *neminem laedere* merupakan sendi *equality* yang ditujukan terhadap umum tanpa kecuali, dengan lain perkataan, sendi ini merupakan asas bagi pergaulan hidup. Asas *suum cuique tribuere* merupakan sendi *equity* yang diarahkan pada penyamaan apa yang tidak berbeda dan membedakan apa yang tidak sama. Dalam pergaulan hidup sendiri *equity* akan dialami pada hal-hal yang khusus dan konkrit.

Oleh karena asas-asas tepa-salira yakni *neminem laedere* dan *suum cuique tribuere* merupakan kutub-kutub citra keadilan, maka keadilan sebagai keadaan merupakan keserasian antara kedua asas tersebut. Sebagai proses, maka keadilan merupakan penyerasian kedua asas tersebut di atas.¹⁸ Apa yang menjadi haknya orang lain harus diberikan dan dilindungi sebanding dengan apa yang telah dilakukannya/diberikannya.

Bagi pelaku bisnis, asas *neminem laedere* dan *suum cuique tribuere* sangat perlu untuk dihayati dan dikembangkan. Asas kesebandingan dan jangan merugikan orang lain bagi pihak-pihak yang terlibat dalam dunia perdagangan berarti mengakui adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak. Pihak-pihak tersebut tidak hanya para pelaku bisnis, tetapi juga, konsumen, masyarakat luas, karyawan, kreditor dan Pemerintah. Paling tidak ada tiga sasaran dan lingkup etika bisnis, yaitu:¹⁹

- a. Etika bisnis sebagai suatu profesi membahas berbagai prinsip, kondisi, dan masalah yang terkait dengan praktik bisnis yang baik dan etis. Ini berarti suatu himbauan dan harapan agar pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya sesuai dengan nilai-nilai etis dan dilakukan dengan baik.
- b. Menyadarkan konsumen, buruh atau karyawan dan masyarakat luas, akan hak dan kepentingan mereka yang tidak boleh dilanggar dalam praktik bisnis. Hal ini seringkali dilupakan dan jarang disinggung dalam berbisnis. Pada hal sasaran ini sangat vital dalam kompetisi
- c. Etika bisnis juga berbicara mengenai sistem ekonomi yang sangat menentukan etis tidaknya suatu praktik bisnis. Ini menekan pentingnya legal-politis bagi praktik bisnis yang baik, yaitu pentingnya hukum dan aturan serta peran pemerintah yang efektif menjamin berlakunya aturan bisnis yang sehat dan konsekuen.

Secara lebih jelas, bagi pelaku bisnis terdapat prinsip-prinsip yang seharusnya dipatuhi sebagai etika, yaitu:²⁰

- a. Prinsip otonomi;
Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Orang bisnis adalah orang yang otonom, artinya dia sadar sepenuhnya pada bidang kegiatannya, situasi yang dihadapi, tuntutan yang ada padanya, tuntutan dan aturan yang

¹⁸ Soerjono Soekanto, "Peningkatan Wibawa Penegakan Hukum (Suatu Tinjauan Sosio Yuridis)", *Varia Peradilan*, Tahun III No. 28. 1988. hal. 148

¹⁹ Liliana Tedjosaputro, "Moralitas, Bisnis dan Penegakan Hukum di Indonesia", *Jurnal Hukum*. No. 13 Vol. 7. April 2000, hal. 153-154

²⁰ A. Sonny Keraf. *Etika Bisnis dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius. 1998. hal. 74-79.

berlaku padanya. Pada orang bisnis, visi dan misinya harus jelas. Oleh karena itu sikap otonom ini harus dipegang agar dalam melakukan sesuatu, dia sadar bahwa yang dilakukan itu baik dan tidak sekedar mengikuti nilai-nilai moral yang ada. Nilai kesadaran dalam mengambil keputusan ini harus pula diikuti oleh tanggung jawab yang besar. Dengan demikian orang yang otonom adalah orang yang tahu tindakannya, bebas dalam bersikap dan mengambil keputusan, tetapi sekaligus juga bertanggung jawab atas tindakan dan keputusannya tersebut, atau mengetahui akibatnya yang mungkin timbul dan terjadi.

b. Prinsip kejujuran;

Secara sepintas, prinsip ini terdapat unsur yang kontradiktif, karena, bisnis dipandang pada *profit oriented*, sementara kejujuran mengandung ajaran moralitas. Kejujuran dapat menjadi kunci keberhasilan, apabila ingin bisnisnya itu bertahan dan berkembang. Kejujuran yang dilandasi iktikad baik harus dapat dijadikan salah satu pilar utama dalam mengembangkan dunia usaha. Prinsip kejujuran ini menjadi penting dengan melihat pada :

1) Pemenuhan syarat-syarat perjanjian.

Dalam memenuhi syarat-syarat perjanjian ini, kejujuran sangat penting artinya bagi para pihak, karena sangat menentukan relasi dan kelangsungan bisnisnya. Dalam era global, informasi-informasi dan komunikasi yang demikian cepat dan canggih sangat memungkinkan terbukanya pihak yang berbuat curang. Dalam melakukan bisnisnya.

2) Penawaran barang dan jasa

Penawaran barang dan jasa harus sebanding dengan mutu dan harganya. Kepercayaan konsumen adalah kunci pokok. Penipuan oleh pelaku bisnis, entah melalui iklan, peiayanan dan cara-cara lain yang tidak fair akan menyebabkan produknya ditinggalkan oleh konsumen.

3) Hubungan kerja intern dalam perusahaan

Kejujuran yang tercipta dalam lingkungan perusahaan merupakan inti dari kekuatan perusahaan itu. Sulit dipercaya suatu perusahaan akan bertahan dan berkembang, kalau hubungan kerja dalam perusahaan itu tidak dilandasi kejujuran, baik oleh karyawan-karyawannya maupun oleh pimpinannya.

c. Prinsip keadilan;

Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria rasional yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. ini berarti tidak boleh ada yang dirugikan hak dan kepentingannya. Keadilan di sini merupakan keadilan yang bersifat distributif, yaitu. orang harus memperoleh apa yang menjadi haknya dan dilindungi kepentingannya sesuai dengan apa yang diberikan olehnya.

d. Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*);

Prinsip ini untuk mengakomodir hakekat dan tujuan bisnis. Kalau pada prinsip keadilan, tidak boleh ada yang dirugikan, maka pada prinsip ini harus saling menguntungkan. Hal ini berarti harus ada *win-win solution*.

e. Prinsip integritas moral.

Prinsip ini penting dalam menjalankan bisnis agar tetap terjaga namanya maupun perusahaannya. Prinsip ini berlaku dan harus diberlakukan ke luar dan ke dalam perusahaan.

Prinsip-prinsip dalam etika bisnis ini pada dasarnya tidak berbeda dengan prinsip-prinsip hukum. Dari prinsip-prinsip etika bisnis tersebut telah tercakup dalam asas *neminem laedere* dan asas *suum cuique tribuere*. Meskipun sanksi-sanksinya hanya sanksi moral, namun apabila dilanggar dapat pula sanksi hukum terdapat di dalamnya, misalnya; pada prinsip kejujuran, dengan mengabaikan syarat-syarat perjanjian yang disepakati dapat dituntut berdasarkan wanprestasi.

D. Penutup

1. Kesimpulan

- a. Etika bisnis adalah aplikasi etika yang mengatur perilaku bisnis. Norma moralitas merupakan landasan yang menjadi acuan bisnis dalam perilakunya. Dasar perilakunya tidak hanya hukum-hukum ekonomi dan mekanisme pasar saja yang mendorong perilaku bisnis itu tetapi nilai moral dan etika juga menjadi acuan terpenting yang harus dijadikan landasan kebijakannya.
- b. Praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang. Dengan demikian, menjadi jelas bahwa tanpa suatu etika yang menjadi acuan, para pembisnis akan lepas tidak terkendali, mengupayakan segala cara, mengorbankan apa saja untuk mencapai tujuannya.
- c. Penegakan hukum tidak hanya mencakup *law enforcement* tetapi juga *peace maintenance*, karena penegakan hukum merupakan suatu proses penyerasian antara nilai-nilai, kaidah-kaidah, dan pola perilaku nyata, yang bertujuan untuk mencapai kedamaian. Tugas utama penegakan hukum adalah mencapai keadilan. Melalui penegakan hukum inilah hukum menjadi kenyataan.

2. Saran

- a. Perlunya menjaga etika di dalam bisnis yang harus disepakati oleh orang-orang yang berada dalam kelompok bisnis serta kelompok yang terkait lainnya. Karena untuk mewujudkan etika dalam berbisnis perlu pembicaraan yang transparan antar semua pihak, baik pengusaha, pemerintah, masyarakat, maupun, bangsa lain agar jangan hanya satu pihak saja yang menjalankan etika, sedangkan pihak lain berpijak kepada apa yang mereka inginkan.
- b. Perlunya menyadarkan masyarakat, khususnya konsumen, buruh, atau karyawan akan hak dan kepentingan mereka yang tidak boleh dilanggar oleh praktek bisnis siapa pun juga. menggugah masyarakat untuk bertindak menuntut para pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik demi terjaminnya hak dan kepentingan masyarakat tersebut.

- c. Perlunya penegakan hukum yang tegas agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria rasional yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. ini berarti tidak boleh ada yang dirugikan hak dan kepentingannya.

DAFTAR PUSTAKA

- “Etika Bisnis Bagi Perusahaan”, *Jurnal Manajemen*, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2016, <http://nathaliakiliss25.blogspot.co.id/2016/11/jurnal-etika-bisnis.html>, diakses 25 Maret 2018.
- Black. Henry Campbell. *Black's Law Dictionary. Sixth Edistion*. ST. Paul Minn: West Publishing. Co. 1990.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Djafar, H. Muhammad. *Etika Bisnis Islami*, Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Grafika Ilmu, 2011.
- Karim, Adiwarmar. *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: *The International Institute of Islamic Thought* Indonesia, 2002.
- Keraf. A. Sonny. *Etika Bisnis dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius. 1998.
- Khanifa, Nurma Khusna. “Etika Bisnis Sebagai Kiblat Mutlak Pelaku Usaha, Implikasi Ekonomi Islam”, *Jurnal Az Zarqa'*, Vol. 6, No. 2, Desember 2014.
- Lubis, M. Solly. dalam bukunya Abdul Wahid dan Sunardi, *Quo Sadis Penegakan Hukum*, Bandung: Tarsito, 1995.
- Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al Qur'an: Tentang Etika Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Naqvi, Syed Nawab. *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis*, telah diterjemahkan oleh husin Anis : *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, Bandung: Mizan, 1993.
- Nur Ahmad Fadhil dan Azhari Akmal, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Hijri Pustaka Utama, 2001.
- Rohman, Abdur. *Ekonomi Al Ghazali*, Surabaya: Bina Ilmu, 1999.
- Soedarto. *Kapлта Seleкта Hukum Pidana*. Bandung: Alumni. 1986.

Soekanto, Soerjono. "Peningkatan Wibawa Penegakan Hukum (Suatu Tinjauan Sosio Yuridis)", *Varia Peradilan*, Tahun III No. 28. 1988.

Tedjosaputro, Liliana. "Moralitas, Bisnis dan Penegakan Hukum di Indonesia", *Jurnal Hukum*. No. 13 Vol. 7. April 2000.

Thohir, M. *Etika Penghulu*, dalam Majalah Rindang No. 07 Februari 2011.