

Philosophical Ethics and Business di Indonesia

Filsafat modern memandang perilaku manusia dalam perspektif sosial. Setiap kegiatan yang kita lakukan bersama-sama dalam masyarakat, menuntut adanya norma-norma dan nilai-nilai moral yang disepakati bersama. Hidup dalam masyarakat berarti mengikat diri untuk berpegang pada norma-norma dan nilai-nilai tersebut. Kalau tidak, hidup bersama dalam masyarakat menjadi kacau tak karuan. Hal ini semacam “kontrak sosial” dan berlaku juga dalam bidang bisnis.

Filosofi tentang etika dalam bisnis pada dasarnya kegiatan bisnis yang semata-mata tidak hanya melihat dari satu sudut pandang saja tetapi kita harus melihat dari berbagai banyak sisi yang mengarah kepada kepentingan khalayak umum (masyarakat) . dalam memahami etika dalam bisnis tentunya kita harus memahami beberapa prinsip- prinsip di dalamnya yaitu keadilan, kejujuran dan kepercayaan.

Seperti contoh, Jika dalam kegiatan bisnis secara umum harus menerapkan dan mempertimbangkan nilai-nilai etis/moralitas di dalamnya, maka dalam kegiatan bisnis yang lebih khusus/kecil juga demikian. Misalnya dalam hubungan antara perusahaan dengan karyawan. Di dalam hubungan yang menelorkan kewajiban dan hak itu, kedua pihak harus menerapkan dimensi etis/moral, yaitu : amanah dan kejujuran/kesetiaan

Dengan memahami prinsip-prinsip yang ada, kita dapat berpedoman dalam menjalankan etika bisnis yang benar dan membangun integritas dalam berbisnis. dengan memiliki integritas, maka tidak ada lagi penyimpangan atau kecurangan yang dapat merugikan justru menghasilkan keuntungan yang dapat dinikmati bagi khalayak umum (masyarakat).

Dalam pemahaman etika bisnis menurut Prof.Dr. Faisal Afiff mengatakan bahwa:

"Jika perilaku berbisnis kemudian dikaitkan secara kontekstual dengan makna etika, maka mau tak mau, aktivitas bisnis pun akan bermakna holistik sebagai salah satu pengejawantahan perilaku sosial bersama, ke-kita-an, untuk menuju cita-cita kolektif bagi terciptanya kesejahteraan masyarakat, dimana kesemua pemahaman ini secara tidak langsung mengarah pada terbentuknya perasaan akan tanggung jawab sosial...."

Namun ,untuk lebih memahami hakikat dari etika bisnis ini, ada baiknya kita telusuri dahulu pengertian kedua kata tersebut. Etika, lazim dimaknai sebagai suatu konsepsi nilai-nilai tentang perilaku benar dan salah, atau baik dan buruk, yang diterima secara ke-kami-an maupun ke-kita-

an oleh suatu masyarakat dalam kurun waktu tertentu. Dengan demikian, etika akan menuntun kita untuk terus-menerus memberikan penilaian mengenai perilaku diri sendiri dan atau orang lain, apakah termasuk bermoral atau tidak. Disadari ataupun tidak, nilai-nilai etikal yang dianut itu, baik secara langsung ataupun tidak, akan ikut pula membingkai terjalinnya beragam pola dan proses interaksional antar individu atau antar kelompok.

Adapun kemunculan etika itu sendiri terbentuk dan bersumber dari perpaduan insight agama, budaya asal, pendidikan keluarga, tren lingkungan pergaulan, tipe pekerjaan, jenjang pendidikan formal, peniruan figur idola, maupun hasil renungan-renungan otodidak dari berbagai sumber bahan bacaan. Sedangkan perihal bisnis itu sendiri, bisa dimaknai sebagai sekumpulan aktivitas manusia dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menghasilkan dan mendistribusikan barang dan/ atau jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat.

Di Indonesia sendiri, kecenderungan penerapan etika bisnisnya saat ini – sebagaimana yang sering dilaporkan oleh media massa – memang kian terasa menyedihkan, dikarenakan masih lemahnya moralitas para pengusaha kita, yang dibarengi pula oleh carut-marutnya perundang-undangan dan hilangnya wibawa aparat penegak hukum dikarenakan citranya kerap tercoreng perilaku koruptif.

Jika keadaan demikian terus menerus dibiarkan berlarut-larut tanpa terkesan ada upaya serius, konsepsional, dan konsisten untuk segera memperbaikinya, boleh jadi dapat diprediksikan “secepat kilat” hanya menghantar negeri ini terjerembab ulang tanpa jalan pulang, yakni : semakin pendek “tarikan nafas” kehidupan perekonomiannya sekaligus terbuka kemungkinan luas menjadi amat terkucilkan kiprah para pelaku bisnisnya dari ajang pergaulan kaum investor dunia.

Daftar pustaka

- Afiff,Faisal,2014. Penerapan Etika Bisnis di Indonesia.
<http://www.fe.unpad.ac.id/id/arsip-fakultas-ekonomi-unpad/opini/239258-penerapan-etika-bisnis-di-indonesia>
- Fauzan,Ida Nuryana,2014. Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang: MODERNISASI, Vol.10, No.1, page 42-45.
<http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/viewFile/774/475>