

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab dua ini menyajikan teori tentang etika bisnis. Pada bagian lain dari bab dua ini menyajikan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi penelitian ini, serta hipotesis awal yang penulis ajukan.

2.1. Etika Bisnis

Bisnis yang baik adalah bisnis yang dilandasi oleh moral sehingga dalam berbisnis, seorang individu (pebisnis) tidak hanya berorientasi pada kepentingan pelaku saja. Selain untuk kepentingan tertentu dan kebahagiaan pribadi, pelaku bisnis juga mengemban amanah serta kewajiban untuk membahagiakan masyarakat sekitar yang secara tidak langsung akan menerima dampak dari keberadaan perusahaan. Dalam bisnis memang tidak dilarang untuk mencari keuntungan yang besar, namun alangkah lebih baiknya jika dalam usaha tersebut menerapkan etika bisnis. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan, maka semakin besar juga tanggung jawab etika dan sosialnya terutama kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa beretika dalam bisnis merupakan hal yang penting, dan setiap pelaku bisnis harus mampu menerapkan etika bisnis yang baik.

2.1.1. Definisi Etika Bisnis

Secara etimologi kata etika berasal dari bahasa Yunani yang dalam bentuk tunggal yaitu *ethos* dan dalam bentuk jamaknya yaitu *ta etha*. “*Ethos*” yang berarti sikap, cara berpikir, watak kesusilaan atau adat. Kata ini identik dengan perkataan moral yang berasal dari kata latin “*mos*” yang dalam bentuk jamaknya *Mores* yang berarti juga adat atau cara hidup. Etika dan moral memiliki arti yang sama, namun dalam pemakaian sehari-harinya ada sedikit perbedaan dimana moral dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai/dikaji, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai yang ada dalam kelompok atau masyarakat tertentu (Ernawan, 2011).

Sukirno dan Ardana (2009) mendefinisikan etika sebagai suatu konsepsi tentang perilaku benar dan salah. Baron (2013) mendefinisikan etika sebagai suatu pendekatan sistematis atas penilaian moral yang didasarkan atas penalaran, analisis, sintesis, dan reflektif. Berdasarkan beberapa definisi etika di atas, maka dapat dirumuskan etika adalah prinsip tingkah laku yang mengatur individu atau kelompok. Etika adalah ilmu yang mempelajari standar moral seseorang atau individu dan standar moral dari suatu masyarakat. Etika mempelajari dan memberi penilaian kepada setiap tindakan dari individu dan masyarakat. Etika mempelajari tindakan yang telah atau akan dilakukan oleh individu atau masyarakat, apakah tindakan atau perbuatan tersebut baik atau buruk, atau tindakan atau perbuatan tersebut benar atau salah.

Etika harus diterapkan dalam seluruh segi kehidupan manusia termasuk dalam hal bisnis. Hal ini karena dalam bisnis, penerapan etika yang baik akan

memberikan dampak pada kesuksesan bisnis. Boone (2007) mendefinisikan bisnis sebagai seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa. Jones dan Lindawaty (2017) mendefinisikan bisnis sebagai seluruh aktivitas organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Griffin dan Ebert (2017) mendefinisikan bisnis sebagai organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud mendapatkan laba. Berdasarkan beberapa definisi bisnis di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah kegiatan sebuah organisasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menciptakan barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.

Dalam bisnis, setiap individu sebagai pelaku bisnis harus dapat menjalankan bisnis yang beretika. Pemahaman mengenai etika bisnis dapat dijelaskan melalui pemahaman mengenai etika bisnis itu sendiri. Barterns (2013) mendefinisikan etika bisnis sebagai suatu pengetahuan mengenai tata cara ideal dalam mengelola bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi, dan sosial. Muslich (2014) etika bisnis sebagai suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal. Berdasarkan beberapa definisi etika bisnis di atas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis adalah tindakan bisnis yang benar sesuai dengan norma-norma yang ada. Prinsip moral

tersebut pada dasarnya saling bertautan dalam kesatuan kerangka yang utuh dan sistematis yang disebut teori.

Etika bisnis menjadi standar nilai yang menjadi pedoman atau acuan manajer dan segenap karyawan dalam pengambilan keputusan dan mengoperasikan bisnis yang etik. Etika bisnis dalam lingkungannya tidak hanya menyangkut perilaku dan organisasi perusahaan secara internal melainkan juga menyangkut perilaku bisnis secara eksternal. Etika bisnis berfungsi untuk menggugah masyarakat untuk bertindak menuntut para pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik demi terjaminnya hak dan kepentingan masyarakat tersebut.

Oleh karena itu, etika bisnis merupakan pengetahuan pelaku bisnis tentang tata cara pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi. Hal ini berimplikasi bahwa setiap perusahaan harus memperhatikan dan menjalankan etika-etika yang berlaku. Etika yang perlu dilakukan seperti selalu bersikap jujur, memiliki komitmen, integritas, serta loyalitas. Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value-creation*) yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh (Muslich, 2014).

2.1.2. Aspek dan Sudut Pandang Etika Bisnis

Menurut Bertens (2013) terdapat tiga aspek dan sudut pandang pokok dari bisnis, yaitu:

1. Sudut pandang ekonomi, bisnis adalah kegiatan ekonomis, maksudnya adalah adanya interaksi produsen/perusahaan dengan pekerja, produsen dengan produsen dalam sebuah organisasi. Kegiatan antar manusia ini adalah bertujuan untuk mencari untung oleh karena itu menjadi kegiatan ekonomis. Pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi dilakukan melalui interaksi yang melibatkan berbagai pihak.
2. Sudut pandang etika, dalam bisnis berorientasi pada profit adalah sangat wajar, akan tetapi jangan keuntungan yang diperoleh tersebut justru merugikan pihak lain. Maksudnya adalah, semua yang kita lakukan harus menghormati kepentingan dan hak orang lain.
3. Sudut pandang hukum, bisa dipastikan bahwa kegiatan bisnis juga terikat dengan Hukum Dagang atau Hukum Bisnis, yang merupakan cabang penting dari ilmu hukum modern. Dalam praktik hukum banyak masalah timbul dalam hubungan bisnis pada taraf nasional maupun internasional. Seperti etika, hukum juga merupakan sudut pandang normatif, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

2.1.3. Unsur Etika Bisnis

Etika bisnis diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas

yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penerapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis, dalam penerapan etika bisnis, bisnis mesti mempertimbangkan unsur norma dan moralitas yang berlaku di masyarakat, di samping itu etika bisnis dapat digerakan dan dimunculkan dalam perusahaan sendiri karena memiliki relevansi yang kuat dengan profesionalisme bisnis, jadi dengan kata lain, orang yang melakukan kegiatan bisnis harus memiliki perilaku yang professional, untuk dapat dikatakan sebagai seorang bisnismen yang berperilaku professional itu harus memiliki empat unsur sebagai berikut (Barterns, 2013):

1. Unsur *manajerial skill* yaitu seorang bisnismen harus mampu mengatur hidup sendiri beserta dengan keluarganya dan teman-teman di sekelilingnya.
2. Konseptual *skill* yaitu mampu untuk membuat konsep di dalam menjalankan pekerjaan dan jabatannya dan mampu untuk mendelegasikan kepada orang lain.
3. *Technical* harus dimiliki oleh seorang bisnismen yang mampu memberikan teknik-teknik untuk melaksanakan apa yang menjadi pemikiran dan konsep-konsepnya, serta memberikan contoh kepada orang lain atau pihak ke-tiga.
4. Integritas moral yang tinggi, yaitu harus mampu memilah-milah mana yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

2.1.4. Prinsip Etika Bisnis

Prinsip-prinsip etika tidak berdiri sendiri, tetapi tercantum dalam suatu kerangka pemikiran sistematis yang disebut teori. Teori etika membantu untuk menilai keputusan etis. Teori etika menyediakan kerangka yang memungkinkan untuk memastikan benar tidaknya keputusan moral. Berdasarkan suatu teori etika, keputusan moral yang diambil bisa menjadi beralasan. Teori etika menyediakan justifikasi untuk mengambil keputusan. Sepanjang sejarah telah dikembangkan berbagai teori yang berbeda, sehingga justifikasai bagi perbuatan-perbuatan moral menjadi berbeda juga, oleh karena itu di sini akan dibahas beberapa teori dalam etika bisnis, antara lain (Bertens, 2013)

1. *Utilitarisme*, berasal dari bahasa latin utilis yang berarti bermanfaat. Menurut teori ini suatu perbuatan adalah baik jika membawa manfaat, tetapi manfaat itu harus menyangkut bukan saja satu dua orang melainkan masyarakat sebagai keseluruhan, jadi utilitarianisme ini tidak boleh dimengerti dengan cara egoistis. Kriteria untuk menentukan baik buruknya suatu perbuatan adalah kebahagiaan terbesar dari jumlah orang terbesar. Perbuatan yang sempat mengakibatkan paling banyak orang merasa senang dan puas adalah perbuatan yang terbaik. Contohnya mengapa kita harus melestarikan lingkungan hidup. Utilitarianisme menjawab: karena hal itu membawa manfaat paling besar bagi umat manusia sebagai keseluruhan, termasuk juga generasi-generasi sesudah kita.
2. *Deontologi*, berasal dari bahasa Yunani deon yang berarti kewajiban. Atas pertanyaan mengapa perbuatan ini adalah baik dan perbuatan itu harus

ditolak sebagai perbuatan yang buruk, deontologi menjawab: karena perbuatan pertama menjadi kewajiban kita dan karena perbuatan kedua dilarang, yang menjadi dasar baik buruknya perbuatan adalah kewajiban. Konsekuensi perbuatan dalam hal ini tidak boleh menjadi pertimbangan. Perbuatan tidak pernah menjadi baik karena hasilnya baik, melainkan hanya karena wajib dilakukan, karena itu bisa dimengerti bahwa deontologi selalu menekankan: perbuatan tidak dihalalkan karena tujuannya.

3. Hak. Pendekatan yang paling banyak dipakai untuk mengevaluasi baik buruknya suatu perbuatan atau perilaku dalam pemikiran moral dewasa ini adalah teori hak . Teori hak merupakan suatu aspek dari teori deontologi, karena hak berkaitan dengan kewajiban. Hak didasarkan atas martabat manusia dan martabat semua manusia itu sama, karena itu teori hak sangat cocok dengan pemikiran demokratis. Hak didasarkan atas martabat manusia dan martabat semua manusia itu sama. Teori hak dinilai cocok dengan penghargaan terhadap individu yang memiliki harkat tersendiri, karena manusia individual siapa pun tidak boleh dikorbankan demi tercapainya suatu tujuan yang lain. Hak adalah klaim atau kepemilikan individu atau sesuatu. Seseorang dikatakan memiliki hak jika dia memiliki klaim untuk melakukan tindakan dalam suatu cara tertentu atau jika orang lain berkewajiban melakukan tindakan dalam suatu cara tertentu kepadanya. Hak merupakan sebuah sarana atau cara yang penting dan bertujuan agar memungkinkan individu untuk untuk memilih dengan

bebas apapun kepentingan atau aktivitas mereka dan melindungi pilihanpilihan mereka.

4. Keutamaan, adalah disposisi watak yang telah diperoleh seseorang dan memungkinkan dia untuk bertingkah laku baik secara moral. Ada banyak keutamaan dan semua keutamaan tidak sama pentingnya untuk setiap orang atau setiap bidang kegiatan, di antara keutamaan yang harus menandai pebisnis perorangan bisa disebut: kejujuran, *fairness*, kepercayaan, dan keuletan. Keempat keutamaan ini berkaitan erat satu sama lain dan kadang-kadang malah ada tumpang tindih diantaranya. Kejujuran secara umum diakui sebagai keutamaan pertama dan paling penting yang harus dimiliki pelaku bisnis. Kejujuran menuntut adanya keterbukaan dan kebenaran. Keutamaan kedua adalah *fairness*, yaitu kesediaan untuk memberikan apa yang wajar kepada semua orang dengan wajar. Kepercayaan juga merupakan keutamaan yang penting. Karena dengan kepercayaan maka para pebisnis bisa menerima mitranya sebagai orang yang bisa diandalkan, sehingga kegiatan bisnis dapat berjalan dengan baik.

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang bertujuan memberikan acuan cara yang harus ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. Menurut Sonny Keraf (1998) seperti dikutip Cenik dan Ardana (2009), terdapat lima prinsip yang dijadikan titik tolak pedoman perilaku dalam menjalankan praktik bisnis, yaitu:

1. Prinsip otonomi, menunjukkan sikap kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab. Orang yang mandiri berarti orang yang dapat mengambil suatu keputusan dan melaksanakan tindakan berdasarkan kemampuan sendiri sesuai dengan apa yang diyakininya, bebas dari tekanan, hasutan, dan ketergantungan kepada pihak lain.
2. Prinsip kejujuran, menanamkan sikap bahwa apa yang dipikirkan adalah apa yang dikatakan, dan apa yang dikatakan adalah yang dikerjakan. Prinsip ini juga menyiratkan kepatuhan dalam melaksanakan berbagai komitmen, kontrak, dan perjanjian yang telah disepakati.
3. Prinsip keadilan, menanamkan sikap untuk memperlakukan semua pihak secara adil, yaitu suatu sikap yang tidak membeda-bedakan dari berbagai aspek baik dari aspek ekonomi, hukum, maupun aspek lainnya.
4. Prinsip saling menguntungkan, menanamkan kesadaran bahwa dalam berbisnis perlu ditanamkan prinsip *win-win solution*, artinya dalam setiap keputusan dan tindakan bisnis harus diusahakan agar semua pihak merasa diuntungkan.
5. Prinsip integritas moral, adalah prinsip untuk tidak merugikan orang lain dalam segala keputusan dan tindakan bisnis yang diambil. Prinsip ini dilandasi oleh kesadaran bahwa setiap orang harus dihormati harkat dan martabatnya.

2.1.5. Dimensi Etika Bisnis

Banyak dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur etika dalam bisnis. Bageac *et al.* (2011) mengungkapkan dimensi etika bisnis kedalam lima dimensi sebagai berikut:

1. *Machiavellianism* didefinisikan sebagai strategi perilaku sosial yang melibatkan seseorang untuk memanipulasi orang lain demi keuntungan pribadi dan sering bertentangan dengan kepentingan umum. Perilaku *machiavellian* adalah perilaku tidak memiliki terkait hubungan secara personal, moral konvensional yang diabaikan, dan rendahnya komitmen mengenai ideologi. Perilaku *machiavellian*, sangat mudah melakukan manipulasi terhadap orang lain dan tidak menghargai adanya individu lain. Seorang akuntan penting dalam memiliki kualitas untuk menjaga integritasnya dan tepatnya keputusan etis yang dapat dibuat. Sifat *machiavellian* pada perilaku etis mahasiswa dapat dijelaskan dengan teori motivasi. Biasanya kebutuhan akan kekuasaan dapat menyebabkan seseorang berperilaku *machiavellian*. Apabila dorongan motivasi kebutuhan akan kekuasaan terlalu kuat, maka orang itu bisa melakukan perbuatan yang curang, licik dan dusta demi mendapatkan kekuasaan dan pasti akan mempertahankan kekuasaannya.
2. *Moral Objectivism*, didefinisikan sebagai tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum. *Moral objectivism* dalam etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Moral dipahami

sebagai susila, yaitu perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi satuan sosial dan lingkungan tertentu. Demikian juga halnya dalam bisnis, aspek moral harus menjadi salah satu dasar dijalankannya suatu bisnis. Bisnis yang bermoral akan memberikan kontribusi positif bagi usaha karena tidak akan merugikan pihak lain.

3. *Legalism*, yaitu legalitas yang menyangkut hubungan antara individu atau kelompok masyarakat dengan negara. Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan berarti tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.
4. *Relativisme ethical* adalah suatu sikap penolakan terhadap nilai-nilai moral yang absolut dalam mengarahkan perilaku etis, hubungan ideologi etika ditemukan berpengaruh signifikan terhadap penilaian etis. *Relativisme* adalah model cara berpikir pragmatis, alasannya adalah bahwa aturan etika sifatnya tidak universal karena etika dilatarbelakangi oleh budaya dimana masing-masing budaya memiliki aturan yang berbeda-beda. Individu yang memiliki tingkat relativisme yang tinggi menganggap bahwa tindakan moral tergantung pada situasi dan sifat individu yang terlibat.
5. *Social Darwinism* adalah nama baru yang diberikan untuk berbagai teori masyarakat yang muncul di Britania Raya, Amerika Utara, dan Eropa Barat pada tahun 1870-an yang diklaim telah menerapkan konsep-konsep biologi seperti seleksi alam dan sintasan yang terbugar dalam sosiologi dan politik. Para Darwinis sosial umumnya berpendapat bahwa kaum yang

kuat melihat kekayaan dan kekuasaannya meningkat, sedangkan kaum yang lemah melihat kekayaan dan kekuasaannya menurun. Teori Sosial Darwins memiliki pandangan yang berbeda mengenai kelompok masyarakat yang tergolong kuat dan lemah; mereka juga berbeda pendapat soal mekanisme yang tepat untuk mengutamakan kekuatan dan meredakan kelemahan. Pandangan seperti ini menegaskan persaingan antar individu dalam kapitalisme laissez-faire, sedangkan pandangan lainnya mendorong terciptanya pemikiran eugenika, rasisme, imperialisme, fasisme, Nazisme, dan perebutan kekuasaan antar suku bangsa atau antar ras. Teori Darwinisme sosial menghasilkan kebijakan-kebijakan yang menindas kaum lemah adalah konsekuensi logis dari "Darwinisme".

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang mengambil obyek tentang etika bisnis telah banyak dilakukan. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan obyek penelitian etika bisnis:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1	<i>Business Students' Attitudes toward Business Ethics: an Empirical Investigation in Vietnam.</i> Pham dan Favia (2015).	Etika bisnis	<i>Descriptive statistic</i> dan analisis <i>Independent sample t-test</i>	Mahasiswa jurusan bisnis memiliki sikap yang baik pada etika bisnis Terdapat perbedaan sikap pada etika bisnis antara mahasiswa pria dan wanita.
2	<i>Management Students' Attitudes Toward Business Ethics: A Comparison Between France and Romania.</i> Bageac, Furrer, dan Reynaud (2010).	Etika bisnis	<i>Descriptive statistic</i> dan analisis <i>Independent sample t-test</i>	Mahasiswa manajemen memiliki sikap yang baik pada etika bisnis Terdapat perbedaan sikap pada etika bisnis antara mahasiswa manajemen dari Prancis dan Rumania.

2.3. Hipotesis Penelitian

Pada prinsipnya, bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika. Oleh sebab itu maka penting untuk mempelajari etika dalam bisnis dan melakukan penerapannya dengan baik. Hasil penelitian Pham dan Favia (2015) dan penelitian Bageac *et al.*, (2011) menemukan bukti yang nyata mengenai sikap mahasiswa pada etika bisnis. Hasil penelitian mereka juga memberikan informasi mengenai perbedaan sikap etika bisnis berdasarkan gender maupun negara asal. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengajukan hipotesis awal penelitian sebagai berikut:

H1: Sikap mahasiswa pada etika bisnis termasuk dalam kategori yang baik.

H2: Terdapat perbedaan sikap mahasiswa pada etika bisnis berdasarkan gender.