

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis terus berkembang dengan kompleks dan banyak faktor yang mempengaruhi dan menentukan dari kegiatan bisnis tersebut. Tidak dapat dipungkiri bahwa di dalam menilai suatu keberhasilan perusahaan, ukuran *financial* merupakan indikator yang utama di dalam kinerja suatu perusahaan, sehingga dalam mengambil keputusan semata-mata selalu berorientasi untuk mengambil keuntungan (Pava dan Krausz dalam Muafi, 2003:48). Bisnis tidak semata-mata menghadapi masalah profit tetapi juga perlu memperhatikan sisi-sisi dari moral yaitu etika, menurut Bertens (2000:20) perilaku etis sangat penting untuk kelangsungan hidup dari bisnis itu sendiri dan untuk ketahanan dari posisi *financial* perusahaan tersebut. Bisnis yang etis tidak akan mungkin membawa dampak yang merugikan bagi bisnis itu sendiri terutama jika dilihat dari perspektif jangka panjang, bisnis yang baik bukan saja yang menguntungkan tetapi bisnis yang baik juga harus memperhatikan nilai-nilai dari moral dan etika dari bisnis itu sendiri.

Tanggung jawab perusahaan adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya, tanggung jawab ini diletakan pada tangan manajer (Bertens, 2000:293). Manajer dalam struktur keorganisasian sebuah perusahaan berfungsi sebagai *decision maker*. Menurut Brady dalam Muafi (2003:50) ada beberapa karakteristik individu yang mempengaruhi manajer sebagai pribadi dalam mengambil suatu keputusan seperti gender, umur, dan pendidikan. Pendidikan merupakan faktor yang melekat pada individu dalam mengambil keputusan.

Dunia pendidikan merupakan sarana dan prasarana dalam mengembangkan perilaku etis di dalam mengambil keputusan, pendidikan tinggi tidak saja bertanggung jawab pada pengajaran ilmu pengetahuan bisnis (transformasi ilmu pengetahuan) semata kepada mahasiswanya tetapi juga bertanggung jawab untuk mendidik siswanya agar memiliki kepribadian (*personality*) yang utuh sebagai manusia (Machfoed, 1993:3). Oleh karena itu ajaran yang bermuatan moral dan etika sangat relevan untuk disampaikan kepada peserta didik, terlepas dari bagaimana wujudnya, pendidikan etika telah diakui mempunyai peranan penting dalam perkembangan profesi.

Mengembangkan manusia seutuhnya agar selaras dengan tujuan pendidikan agar memiliki budi pekerti luhur, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki pengetahuan dan ketrampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan mandiri serta tanggung jawab kemasyarakatan dan bangsa, maka pendidikan agama sangat penting untuk diterapkan sehingga dalam melakukan pekerjaannya tidak melanggar dari aturan-aturan/norma-norma agama yang telah diajarkan (Machfoed, 1993:3)

Menurut Keraf (1995) dalam kerangka bisnis mengibaratkan bisnis itu seperti halnya permainan judi, bisnis adalah bentuk persaingan yang mengutamakan kepentingan pribadi. Dalam permainan penuh peraturan itu, aturan yang dipergunakan berbeda dari aturan yang ada dari kehidupan sosial pada umumnya.

Kegiatan mencari etika bisnis tersebut menyangkut empat macam kegiatan menurut R. Panuju yaitu: (1) menerapkan prinsip-prinsip etika umum pada khususnya atau praktek-praktek khusus dalam bisnis menyangkut apa yang dinamakan *meta-etika* (2) perilaku dan tindakan yang dinilai secara etis atau tidak pada individu dapat juga dikenakan pada organisasi atau perusahaan bisnis (3) menyoroiti moralitas sistem

ekonomi pada umumnya serta sistem ekonomi pada suatu negara khususnya (4) meluas melampaui bidang etika, menelaah teori ekonomi dan organisasi.

Kecenderungan berkembangnya bisnis dipengaruhi oleh paradigma (pandangan) ilmu ekonomi yang berkembang/dikembangkan. Menurut M. Dawam Raharjo mengatakan bahwa ilmu ekonomi dewasa ini telah kehilangan arti, maka pengertian kulturalnya, ilmu ekonomi mengalami perubahan menjadi disiplin ilmu abstrak yang hampa budaya. Barang-barang ekonomi yang semakin melimpah telah membuat atau menyebabkan manusia semakin pragmatis, sehingga menjadi alasan untuk menjauhkan diri dari persoalan-persoalan kemanusiaan. (R. Panuju 1995:8)

Menurut Spillane dalam Susanto (1992) catatan di beberapa perguruan tinggi di Amerika Serikat, Eropa, dan Jepang menunjukkan bahwa studi etika bisnis makin lama makin diminati. Data pada tahun 1990 di universitas Harvard, misalnya menerima dana sebesar 20 juta US Dollar (jumlah yang tidak sedikit, yang tidak lain untuk menyelenggarakan pengajaran *Business Ethics*).

Banyak perusahaan yang ingin menunjukkan bahwa mereka perusahaan etis. Menurut Spillane dalam Susanto (1992) mengatakan hampir sepertiga dari perusahaan besar di Inggris sekarang sudah mempunyai suatu *ethical code of practice* dan tiga perempat perusahaan juga sudah memilikinya. Kode etika profesi ini mempunyai beberapa tujuan pokok dari standar-standar etika :

1. Standar-standar etika menjelaskan dan menetapkan tanggung jawab kepada klien, lembaga (institusi), dan masyarakat pada umumnya.
2. Standar-standar etika membantu tenaga ahli profesi dalam menentukan apa yang mereka perbuat kalau mereka mengalami dilema-dilema etika didalam pekerjaan.

3. Standar-standar etika membiarkan profesi mengejar reputasi atau nama dan fungsi profesi dalam masyarakat melawan kelakuan yang jahat dari anggota-anggota tertentu.
4. Standar-standar etika mencerminkan/membayangkan pengharapan moral dari komunitas. Dengan demikian standar-standar etika profesi menjamin bahwa para anggota akan mentaati undang-undang etika profesi dalam pelayanannya.
5. Standar-standar etika merupakan dasar untuk menjaga kelakuan dan integritas atau kejujuran dari tenaga ahli profesi itu sendiri.

Menurut hal tersebut di atas perlu kiranya untuk mengetahui bagaimana pemahaman manajer sebagai praktisi bisnis dan mahasiswa Magister Manajemen terhadap persoalan-persoalan etika di dalam berbisnis, yang mungkin atau telah mereka hadapi. Untuk itu dalam penelitian ini akan dilakukan survai dalam bentuk penyebaran kuesioner terhadap persepsi manajer dan mahasiswa Magister Manajemen.

Penelitian terhadap persepsi dilakukan sebagai deteksi awal untuk mengetahui perilaku etis dari manajer sebagai praktisi bisnis dan mahasiswa Magister Manajemen sebagai calon pebisnis. Hal ini juga berdasarkan alasan bahwa persepsi merupakan tanggapan seseorang secara langsung atas sesuatu atau merupakan proses seseorang untuk mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya (kamus besar Bahasa Indonesia). Sedangkan penelitian mengenai persepsi terhadap etika dalam bisnis dilakukan karena mahasiswa Magister Manajemen merupakan pelaku bisnis dan calon pelaku bisnis yang dalam aktifitasnya tidak terpisah dengan aktivitas bisnis, sehingga perlu memahami dan menerapkan etika dalam bisnis. Manajer merupakan praktisi yang secara langsung berhubungan dengan pelaku-pelaku bisnis dilapangan.

Penelitian di Indonesia dilakukan oleh Machfoedz dan Ludigdo (1999:10) yang menilai persepsi akuntan sebagai praktisi dan mahasiswa sebagai calon akuntan. Penelitian ini menggunakan modifikasi instrument penelitian Ruch dan Newstrom yang kemudian juga digunakan Stevens dkk dan O'Clock & Okleshen pertanyaan-pertanyaan yang dikemukakan bermuatan etika bisnis yang sangat umum.

Penulis menggunakan sample manajer dan mahasiswa Magister Manajemen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian ini penulis berupaya melakukan survei penyebaran kuesioner dengan membandingkan persepsi manajer dan persepsi mahasiswa Magister Manajemen tentang etika dalam bisnis. Permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi manajer dan persepsi mahasiswa Magister Manajemen terhadap etika dalam bisnis. Oleh karena itu di dalam penelitian ini penulis mengambil topik "Persepsi manajer dan mahasiswa Magister Manajemen tentang Etika Bisnis"

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti persepsi manajer dan mahasiswa Magister Manajemen. Dengan demikian permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana persepsi manajer dan mahasiswa Magister Manajemen terhadap etika bisnis.

### **1.3. Batasan Masalah**

Agar permasalahan diatas tidak meluas maka diberi batasan yaitu:

1. Manajer yang dimaksud adalah manajer dari berbagai level dan departemen yang secara langsung berhubungan dengan karyawan dan bekerja pada perusahaan yang berorientasi pada *profit orientet*
2. Mahasiswa Magister Manajemen adalah mahasiswa Magister Manajemen di dua Universitas yang ada di DIY, yaitu mahasiswa Magister Manajemen

Atma Jaya Yogyakarta dan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan secara signifikan antara manajer dan mahasiswa Magister Manajemen terhadap etika bisnis.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat Penelitian ini adalah:

##### **1. Bagi perusahaan**

Bermanfaat sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menangani masalah etika dan moral.

##### **2. Bagi Penulis**

Bermanfaat untuk penerapan ilmu pengetahuan dan menambah pengetahuan serta wawasan mengenai etika dan moral

##### **3. Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penambah pengetahuan, bahan bacaan dan sumber informasi bagi kelengkapan suatu penelitian khususnya mengenai hal-hal etika dan moral

#### **1.6. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah. Dalam penelitian ini hipotesis yang dapat diajukan,

H : Tidak ada perbedaan signifikan antara persepsi manajer dengan mahasiswa Magister Manajemen terhadap etika bisnis.

## **1.7. Sistematika Penulisan**

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesa, dan sistematika penulisan.

### **Bab II Landasan Teori**

Bab ini memuat uraian dari teori-teori yang digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian ini.

### **Bab III Metodologi Penelitian**

Dalam bab ini dijelaskan hal-hal yang berkaitan dengan metodologi penelitian, yaitu: metode survei, populasi dan sample, metode pengumpulan data, teknik pengukuran data, definisi variabel, teknik pengujian instrument, dan metode analisis data.

### **Bab IV Hasil analisis**

Dalam bab ini dijelaskan hasil analisis data yang telah diolah dengan program komputer SPSS, yaitu: identitas responden, hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrument, hasil analisis *mean, t-test*

### **Bab V Kesimpulan dan saran**

Dalam bab ini dijelaskan tentang kesimpulan dan juga saran-saran yang dianggap perlu bagi penelitian lebih lanjut