

ETIKA BISNIS PROFESI



Dr. Qodariah, S.E., M.M. adalah dosen Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Lahir di Brebes, 08 Februari 1982. Penulis memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan tahun 2004. Gelar Magister Manajemen (M.M.) diperoleh dari perguruan tinggi Universitas Budi Luhur dengan bidang konsentrasi manajemen sumber daya manusia pada tahun 2011. Gelar Doktor (Dr) diperoleh dari Universitas Negeri Jakarta dengan bidang konsentrasi MSDM pada tahun 2018. Penulis memulai karir sebagai dosen Universitas Budi Luhur pada tahun 2013. Sedangkan pengalaman penulis adalah Praktisi Entrepreneur, wakil ketua Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Komunikasi Indonesia, Assesor Trainer.



Feby Lukito Wibowo, M.Si, M.M. adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur, kelahiran Jakarta 28 February 1973, penulis memperoleh gelar sarjana sains MIPA FISIKA dan Universitas Indonesia, memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Indonesia tahun 2000 kemudian gelar magister manajemen tahun 2002. Penulis disamping itu juga mengajar di manajemen Universitas Bunda Mulia dan Institute Sains dan Bisnis Pradita, pengalaman karir menjadi dosen sejak tahun 2003 dan menulis berbagai jurnal nasional dibidang manajemen dan sains.

Dr. Qodariah, S.E., M.M.
Feby Lukito Wibowo, M.Si, M.M.

ETIKA BISNIS PROFESI

ETIKA BISNIS PROFESI

Dr. Qodariah, S.E., M.M.
Feby Lukito Wibowo, M.Si, M.M.



ETIKA BISNIS PROFESI

Dr. Qodariah, SE., MM
Feby Lukito Wibowo, M.Si., MM



ETIKA BISNIS PROFESI

Dr. Qodariah, SE., MM

Feby Lukito Wibowo, M.Si., MM



Hak Cipta ©2023 Penulis

Diterbitkan oleh : Penerbit IN MEDIA

Telp/Faks. : (021) 82425377/(021) 82425377

Website : <http://www.penerbitinmedia.co.id>

E-mail : penerbitinmedia@gmail.com

Office : Vila Nusa Indah 3 Blok KD 4 No 1
Bojongsukur-Gunung Putri-Bogor

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2002 TENTANG HAK CIPTA

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Cetakan: Pertama

Penerbit IN MEDIA

Anggota IKAPI No. 250/JBA/2014

1 jil., 17 × 24 cm, 218 hal.

ISBN : 978-623-7218-32-6

1. Ekonomi

2. Etika Bisnis Profesi



Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena kami dapat menyelesaikan penulisan Buku etika bisnis dan profesi. Buku Etika Bisnis dibuat untuk membantu dosen dan mahasiswa dalam proses belajar mengajar untuk mata kuliah Etika Bisnis di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Buku tersebut dapat dijadikan pijakan oleh mahasiswa dalam mempelajari dan mempraktekkan Etika Bisnis di dunia kerja.

Buku Etika Bisnis berisi tentang menjalankan usaha berdasarkan etika atau aturan moral, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis secara profesional. Pelaku usaha tidak hanya mencari keuntungan sebesar-besarnya, melainkan juga bisa mempertanggungjawabkan usahanya secara moral, berkode etik dan hukum positif. Persaingan dibidang usaha sangat kompetitif, namun norma-norma etika usaha tetap dipegang teguh. Karena kompetisi usaha tanpa ada etika, maka yang akan terjadi adalah monopoli, saling sikut, liar, saling mematikan usaha dan lain-lain. Apabila mahasiswa ingin membuka usaha baru, maka mahasiswa mengerti dan memahami tentang landasan etika usaha secara profesional. Sehingga mahasiswa sebagai calon pengusaha, bisa menghindari dari sifat ketamakan, kerakusan, menghalalkan segala cara, picik, merugikan pihak kompetitor dan lain sebagainya. Setelah mengetahui dan memahami tentang Etika Bisnis, mahasiswa diharapkan mempunyai karakter yang manusiawi, bermartabat, berbudi luhur, professional dan lain sebagainya dalam menjalankan usaha bisnisnya.

Tersusunnya Buku Etika Bisnis ini jauh dari kata sempurna, kami penulis menerima saran dan kritik untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang lebih luas. Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan partisipasi dari semua pihak, Kehadiran buku ini, bisa menjadi oase di dunia ilmu pengetahuan.

Jakarta, Februari 2020

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Bab 1 Konsep Dasar Etika Bisnis	1
Bab 2 Konsep Dasar dan Penerapan Etika Bisnis.....	9
Bab 3 Konsep <i>Stockholder VS Staleholder Theory</i> dan Dimensi dalam Bisnis	17
Bab 4 Kebijakan Etis Perusahaan	21
Bab 5 Konsep dan Penerapan <i>Good Corporate Governance</i>	33
Bab 6 Konsep dan Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	47
Bab 7 Konsep dan <i>Penerapan Corporate Social Re-Sponsibility</i>	61
Bab 8 Konsep Dasar Profesi dan Kode Etik Profesi	67
Bab 9 Perbandingan Kode Etik Beberapa Profesi.....	79
Bab 10 Kode Etik Profesi Manajemen di Indonesia dan Penerapannya	91
Bab 11 Konsep Dasar Profesi dan Kode Etik Profesi	99
Bab 12 Konsep Dasar Profesi dan Kode Etik Profesi	103
Bab 13 Regulasi Terkait Kode Etik Profesi Manajemen Internasional	109
DAFTAR PUSTAKA	114

Bab 1

Konsep Dasar Etika Bisnis

Banyak faktor yang mempengaruhi dan menentukan kegiatan berbisnis sebagai kegiatan sosial bisnis dengan banyak cara terjalin dengan kompleksitas masyarakat modern. Dalam kegiatan berbisnis mengejar keuntungan adalah hal yang wajar, asalkan dalam mencapai keuntungan tersebut tidak merugikan banyak pihak baik dalam mencapai tujuan, dalam kegiatan berbisnis juga ada batasnya. Kepentingan dan hak-hak orang lain perlu diperhatikan. Etika perilaku dalam kegiatan berbisnis adalah sesuatu yang penting demi kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Bisnis yang tidak etis akan merugikan bisnis itu sendiri bahkan terutama jika dilihat dari perspektif jangka panjang. bisnis yang baik bukan saja bisnis yang menguntungkan, tetapi bisnis yang baik adalah bisnis tersebut selain menguntungkan juga bisnis yang baik secara moral. Perilaku yang baik juga dalam konteks bisnis merupakan perilaku yang sesuai dengan nilai (nilai moral).

Pelanggaran etika bisnis merupakan hal yang biasa dan wajar pada saat ini, secara tidak sadar kita telah menyaksikan banyaknya pelanggaran dalam etika bisnis dalam kegiatan berbisnis khususnya kegiatan bisnis di Indonesia. Banyak pelanggaran bisnis yang dilakukan oleh pebisnis yang tidak bertanggung jawab di Indonesia. Hal ini disebabkan karena adanya proses persaingan diantara para pebisnis, dan ini adalah sebuah persaingan yang tidak sehat dan mempunyai ambisi untuk menguasai sebuah pasar, selain untuk menguasai pasar ada faktor lain yang mempengaruhi pebisnis melakukan sebuah pelanggaran etika bisnis antara lain untuk memperluas pangsa pasar, serta mendapatkan banyak keuntungan. Keterangan sebelumnya jelas alasan umum para pebisnis melakukan pelanggaran etika bisnis dengan berbagai cara.

Sebagian besar orang akan menilai perilaku etis dengan menghukum siapa saja yang mereka persepsi berperilaku tidak etis, dan menghargai siapa saja yang mereka persepsi berperilaku etis. Pelanggan akan melawan perusahaan jika mereka mempersepsi ketidakadilan yang dilakukan perusahaan dalam bisnis lainnya, dan mengurangi minat mereka untuk membeli produknya. Karyawan yang merasakan ketidakadilan, akan menunjukkan absentisme lebih tinggi, produktivitas lebih rendah, dan tuntutan upah yang tinggi. Sebaliknya, ketika karyawan percaya bahwa organisasi adil, akan senang mengikuti manajer. Melakukan apapun yang dikatakan manajer, dan memandang keputusan manajer sah. Ringkasnya, etika merupakan komponen kunci manajemen yang efektif.

Istilah Etika berasal dari bahasa Yunani kuno. Bentuk tunggal kata 'etika' yaitu ethos sedangkan bentuk jamaknya yaitu ta etha. Ethos mempunyai banyak arti yaitu : tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan/adat, akhlak,watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Sedangkan arti ta etha yaitu adat kebiasaan.

Arti dari bentuk jamak inilah yang melatarbelakangi terbentuknya istilah Etika yang oleh Aristoteles dipakai untuk menunjukkan filsafat moral. Jadi, secara etimologis (asal usul kata), etika mempunyai arti yaitu ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan (K.Bertens, 2000). Untuk menganalisis arti-arti etika, dibedakan menjadi dua jenis etika (Bertens, 2000):

1. Etika sebagai Praktis
 - a. Nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktekkan atau justru tidak dipraktekkan walaupun seharusnya dipraktekkan.
 - b. Apa yang dilakukan sejauh sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral.
2. Etika sebagai Refleksi
 - a. Pemikiran moral à berpikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.
 - b. Berbicara tentang etika sebagai praksis atau mengambil praksis etis sebagai objeknya.
 - c. Menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang.
 - d. Dapat dijalankan pada taraf populer maupun ilmiah.

Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris "business", dari kata dasar busy yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Di dalam melakukan bisnis, kita wajib untuk memperhatikan etika agar di pandang sebagai bisnis yang baik. Bisnis beretika adalah bisnis yang mengindahkan serangkaian nilai-nilai luhur yang bersumber dari hati nurani, empati, dan norma. Bisnis bisa disebut etis apabila dalam mengelola bisnisnya pengusaha selalu menggunakan nuraninya.

Berikut ini ada beberapa pengertian bisnis menurut para ahli :

1. Allan afuah (2004)
Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dana menjual barang ataupun jasa agar mendapatkan keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dan ada di dalam industri.
2. T. chwee (1990)
Bisnis merupakan suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat.
3. Griffin dan ebert
Bisnis adalah suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Etika bisnis juga merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi.

Etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan wilayah abu-abu yang tidak diatur oleh ketentuan hukum. Berikut ini beberapa pengertian etika bisnis menurut para ahli :

1. Zimmerer (1996:20), etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai – nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan.
2. Ronald J. Ebert dan Ricky M. Griffin (2000:80), etika bisnis adalah istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan perilaku dari etika seseorang manajer atau karyawan suatu organisasi.
3. K. Bertens, Pengantar Etika Bisnis, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2000, Hal. 5), Etika Bisnis adalah pemikiran refleksi kritis tentang moralitas dalam kegiatan ekonomi dan bisnis
4. Velasquez, 2005, Etika Bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis
5. Hill dan Jones, 1998, Etika bisnis merupakan suatu ajaran untuk membedakan antara salah dan benar guna memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan masalah moral yang kompleks.
6. Steade *et al* (1984: 701) dalam bukunya "Business, Its Natura and Environment An Introduction"). Etika bisnis adalah standar etika yang berkaitan dengan tujuan dan cara membuat keputusan bisnis.
7. Business & Society - Ethics and Stakeholder Management, Caroll & Buchholtz, Etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat
8. Von der Embse dan R.A. Wagley dalam artikelnya di Advance Managemen Journal (1988), memberikan tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu :
 - a. *Utilitarian Approach*, setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat

sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.

- b. *Individual Rights Approach*, setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.
- c. *Justice Approach*, para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

Beberapa hal yang mendasari perlunya etika dalam kegiatan bisnis:

1. Selain mempertaruhkan barang dan uang untuk tujuan keuntungan, bisnis juga mempertaruhkan nama, harga diri, bahkan nasib manusia yang terlibat di dalamnya.
2. Bisnis adalah bagian penting dalam masyarakat
3. Bisnis juga membutuhkan etika yang setidaknya mampu memberikan pedoman bagi pihak – pihak yang melakukannya.

Dalam menciptakan etika bisnis, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain adalah:

1. Pengendalian diri
2. Pengembangan tanggung jawab sosial (*social responsibility*)
3. Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi
4. Menciptakan persaingan yang sehat
5. Menerapkan konsep “pembangunan berkelanjutan”
6. Menghindari sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi, dan Komisi)
7. Mampu menyatakan yang benar itu benar
8. Menumbuhkan sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha ke bawah
9. Konsekuen dan konsisten dengan aturan main yang telah disepakati bersama
10. Menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati

11. Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa peraturan perundang-undangan

Berdasarkan organisasi yang menyelenggarakannya, pelayanan publik dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. Pelayanan publik yang diselenggarakan oleh organisasi privat, adalah semua penyediaan barang atau jasa publik yang diselenggarakan oleh swasta, seperti misalnya rumah sakit swasta, PTS, maupun perusahaan pengangkutan.
2. Pelayanan publik yang diselenggarakan oleh organisasi publik yang bersifat primer adalah semua penyediaan barang/ jasa publik yang diselenggarakan oleh pemerintah dan pemerintah merupakan satu-satunya penyelenggara sehingga klien/ pengguna mau tidak mau harus memanfaatkannya. Misalnya adalah pelayanan di kantor imigrasi, pelayanan penjara, dan pelayanan perizinan.
3. Pelayanan publik yang diselenggarakan oleh organisasi publik yang bersifat sekunder adalah segala bentuk penyediaan barang/ jasa publik yang diselenggarakan oleh pemerintah, tetapi yang di dalamnya pengguna/ klien tidak harus mempergunakannya karena adanya beberapa penyelenggara pelayanan.

Pelayanan publik yang profesional artinya pelayanan publik yang dicirikan oleh adanya akuntabilitas dan responsibilitas dari pemberi layanan (aparatur pemerintah) dengan ciri sebagai berikut:

1. Efektif
Lebih mengutamakan pada pencapaian apa yang menjadi tujuan dan sasaran.
2. Sederhana
Prosedur/ tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat, tepat, dan tidak berbelit-belit.
3. Transparan
Adanya kejelasan dan kepastian mengenai prosedur, persyaratan, dan pejabat yang bertanggung jawab terhadap pelayanan publik tersebut.
4. Efisiensi
Persyaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap

memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan yang berkaitan.

5. Keterbukaan

Berarti prosedur/ tata cara persyaratan, satuan kerja/ pejabat penanggung jawab pemberi pelayanan, waktu penyelesaian, rincian waktu/ tarif serta hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pelayanan wajib di informasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak.

6. Ketepatan waktu

Kriteria ini mengandung arti pelaksanaan pelayanan masyarakat dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Cara-cara yang diperlukan untuk memberikan pelayanan publik yang profesional adalah sebagai berikut:

1. Menentukan pelayanan publik yang disediakan, apa saja macamnya,
2. Memperlakukan pengguna pelayanan sebagai *customers*,
3. Berusaha memuaskan pengguna pelayanan sesuai dengan yang diinginkan mereka,
4. Mencari cara penyampaian pelayanan yang paling baik dan berkualitas,
5. Menyediakan alternatif bila pengguna pelayanan tidak memiliki pilihan lain.

Tuntutan masyarakat saat ini terhadap pelayanan publik yang berkualitas akan semakin menguat. Oleh karena itu, kredibilitas pemerintah sangat ditentukan oleh kemampuannya mengatasi berbagai permasalahan yang telah disebutkan di atas sehingga mampu menyediakan pelayanan publik yang memuaskan masyarakat sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Dari sisi mikro, hal-hal yang dapat diajukan untuk mengatasi masalah-masalah tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penetapan Standar Pelayanan

Standar pelayanan memiliki arti yang sangat penting dalam pelayanan publik.

Standar pelayanan merupakan suatu komitmen penyelenggara pelayanan untuk menyediakan pelayanan dengan suatu kualitas tertentu yang ditentukan atas dasar perpaduan harapan-harapan masyarakat dan kemampuan penyelenggara pelayanan.

Penetapan standar pelayanan yang dilakukan melalui proses identifikasi jenis pelayanan, identifikasi pelanggan, identifikasi harapan pelanggan, perumusan visi dan misi pelayanan, analisis proses dan prosedur, sarana dan prasarana, waktu dan biaya pelayanan.

Proses ini tidak hanya akan memberikan informasi mengenai standar pelayanan yang harus ditetapkan, tetapi juga informasi mengenai kelembagaan yang mampu mendukung terselenggaranya proses manajemen yang menghasilkan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Informasilain yang juga dihasilkan adalah informasi mengenai kuantitas dan kompetensi-kompetensi sumber daya manusia yang dibutuhkan serta distribusinya beban tugas pelayanan yang akan ditanganinya.

2. Pengembangan *Standard Operating Procedures* (SOP)

Untuk memastikan bahwa proses pelayanan dapat berjalan secara konsisten diperlukan adanya *Standard Operating Procedures*. Dengan adanya SOP, maka proses pengolahan yang dilakukan secara internal dalam unit pelayanan dapat berjalan sesuai dengan acuan yang jelas, sehingga dapat berjalan secara konsisten. Disamping itu SOP juga bermanfaat dalam hal:

- a. Untuk memastikan bahwa proses dapat berjalan *uninterrupted*. Jika terjadi hal-hal tertentu, misalkan petugas yang diberi tugas menangani satu proses tertentu berhalangan hadir, maka petugas lain dapat menggantikannya. Oleh karena itu proses pelayanan dapat berjalan terus;
- b. Untuk memastikan bahwa pelayanan perijinan dapat berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- c. Memberikan informasi yang akurat ketika dilakukan penelusuran terhadap kesalahan prosedur jika terjadi penyimpangan dalam pelayanan;
- d. Memberikan informasi yang akurat ketika akan dilakukan perubahan-perubahan tertentu dalam prosedur pelayanan;
- e. Memberikan informasi yang akurat dalam rangka pengendalian pelayanan;
- f. Memberikan informasi yang jelas mengenai tugas dan kewenangan yang akan diserahkan kepada petugas tertentu yang akan menangani satu proses pelayanan tertentu. Atau dengan kata lain, bahwa semua petugas yang terlibat dalam proses pelayanan memiliki uraian tugas dan tanggungjawab yang jelas.

Bab 2

Konsep Dasar dan Penerapan 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. Secara terperinci,

Richard T.de George menyebut bahwa etika bisnis menyangkut empat kegiatan sebagai berikut:

1. 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 pra pelaku bisnis untuk mencari cara guna mencegah tindakan yang dinilai tidak etis.
2. Etika bisnis tidak hanya menyangkut penerapan prinsip-prinsip etika pada dunia bisnis, tetapi juga meta etika. 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.
3. 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.
4. Etika bisnis juga menyentuh bidang yang sangat makro, seperti operasi perusahaan multinasional, jaringan konglomerat internasional, dan lain- lain.

Etika dalam dunia bisnis 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, dimana diperlukan suatu landasan yang kokoh untuk mencapai itu semua. Dan biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang handal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

Menurut Richard De George, bila perusahaan ingin sukses/ berhasil memerlukan 3 hal pokok yaitu :

1. Memiliki produk yang baik
2. Memiliki managemen yang baik
3. Memiliki Etika

Setelah melihat penting dan sangat diperlukanya etika bisnis, ada baiknya jika kita tinjau lebih lanjut apa saja sasaran dan lingkup etika bisnis itu. Sampai

saat ini ada tiga sasaran dan ruang lingkup pokok yang harus diperhatikan supaya tujuan dari etika bisnis bisa tercapai, yaitu:

1. 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.
2. 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.
3. 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.

Mempraktikkan bisnis dengan etiket berarti mempraktikkan tata cara bisnis yang sopan dan santun sehingga kehidupan bisnis menyenangkan karena saling menghormati. Etiket berbisnis diterapkan pada sikap kehidupan berkantor, sikap menghadapi rekan-rekan bisnis, dan sikap di mana kita tergabung dalam organisasi. Itu berupa senyum sebagai apresiasi yang tulus dan terima kasih, tidak menyalahgunakan kedudukan, kekayaan, tidak lekas tersinggung, kontrol diri, toleran, dan tidak memotong pembicaraan orang lain.

Dengan kata lain, etika bisnis itu memelihara suasana yang menyenangkan, menimbulkan rasa saling menghargai, meningkatkan efisiensi kerja, dan meningkatkan citra pribadi dan perusahaan. Berbisnis dengan etika bisnis adalah

menerapkan aturan-aturan umum mengenai etika pada perilaku bisnis. Etika bisnis menyangkut moral, kontak sosial, hak-hak dan kewajiban, prinsip-prinsip dan aturan-aturan.

Jika aturan secara umum mengenai etika mengatakan bahwa berlaku tidak jujur adalah tidak bermoral dan beretika, maka setiap insan bisnis yang tidak berlaku jujur dengan pegawainya, pelanggan, kreditur, pemegang usaha maupun pesaing dan masyarakat, maka ia dikatakan tidak etis dan tidak bermoral.

Intinya adalah bagaimana kita mengontrol diri kita sendiri untuk dapat menjalani bisnis dengan baik dengan cara peka dan toleransi. Dengan kata lain, etika bisnis untuk mengontrol bisnis agar tidak tamak. Bahwa itu bukan bagianku. Perlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan.

Pelanggaran etika bisa terjadi di mana saja, termasuk dalam dunia bisnis. Untuk meraih keuntungan, masih banyak perusahaan yang melakukan berbagai pelanggaran moral. Praktik curang ini bukan hanya merugikan perusahaan lain, melainkan juga masyarakat dan negara. Praktik Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN) tumbuh subur di banyak perusahaan.

Ketika ekonomi Indonesia tumbuh pesat dalam sepuluh tahun terakhir, banyak pendatang baru di bisnis. Ada pedagang yang menjadi bankir. Banyak juga pengusaha yang sangat ekspansif di luar kemampuan. Mereka berlomba membangun usaha konglomerasi yang keluar dari bisnis intinya tanpa disertai manajemen organisasi yang baik. Akibatnya, pada saat ekonomi sulit banyak perusahaan yang bangkrut.

Pelanggaran etik bisnis di perusahaan memang banyak, tetapi upaya untuk menegakan etik perlu digalakkan. Misalkan, perusahaan tidak perlu berbuat curang untuk meraih kemenangan. Hubungan yang tidak transparan dapat menimbulkan hubungan istimewa atau kolusi dan memberikan peluang untuk korupsi.

Banyak perusahaan-perusahaan yang melakukan pelanggaran, terutama dalam kinerja keuangan perusahaan karena tidak lagi membudayakan etika bisnis agar orientasi strategik yang dipilih semakin baik. Sementara itu hampir 61.9% dari 21 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEJ tidak lengkap menyampaikan laporan keuangannya (*not available*).

Tingkat perhatian perusahaan terhadap perilaku etis juga sangat menentukan karena dalam jangka panjang bila perusahaan tidak *concern* terhadap perilaku etis maka kelangsungan hidupnya akan terganggu dan akan berdampak pula pada kinerja keuangannya.

Hal ini terjadi akibat manajemen dan karyawan yang cenderung mencari keuntungan semata sehingga terjadi penyimpangan norma-norma etis. Segala kompetensi, keterampilan, keahlian, potensi, dan modal lainnya ditujukan sepenuhnya untuk memenangkan kompetisi.

Berdasarkan organisasi yang menyelenggarakannya, pelayanan publik dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. Pelayanan publik yang diselenggarakan oleh organisasi privat, adalah semua penyediaan barang atau jasa publik yang diselenggarakan oleh swasta, seperti misalnya rumah sakit swasta, PTS, maupun perusahaan pengangkutan.
2. Pelayanan publik yang diselenggarakan oleh organisasi publik yang bersifat primer adalah semua penyediaan barang/ jasa publik yang diselenggarakan oleh pemerintah dan pemerintah merupakan satu-satunya penyelenggara sehingga klien/ pengguna mau tidak mau harus mememanfaatkannya. Misalnya adalah pelayanan di kantor imigrasi, pelayanan penjara, dan pelayanan perizinan.
3. Pelayanan publik yang diselenggarakan oleh organisasi publik yang bersifat sekunder adalah segala bentuk penyediaan barang/ jasa publik yang diselenggarakan oleh pemerintah, tetapi yang di dalamnya pengguna/ klien tidak harus mempergunakannya karena adanya beberapa penyelenggara pelayanan.

Pelayanan publik yang profesional artinya pelayanan publik yang dicirikan oleh adanya akuntabilitas dan responsibilitas dari pemberi layanan (aparatur pemerintah) dengan ciri sebagai berikut:

1. Efektif
Lebih mengutamakan pada pencapaian apa yang menjadi tujuan dan sasaran.
2. Sederhana
Prosedur/tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat, tepat, dan tidak berbelit-belit.
3. Transparan
Adanya kejelasan dan kepastian mengenai prosedur, persyaratan, dan pejabat yang bertanggung jawab terhadap pelayanan publik tersebut.

4. Efisiensi

Persyaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan yang berkaitan.

5. Keterbukaan

Berarti prosedur/ tatacara persyaratan, satuan kerja/ pejabat penanggung jawab pemberi pelayanan, waktu penyelesaian, rincian waktu/ tarif serta hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pelayanan wajib di informasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak.

6. Ketepatan waktu

Kriteria ini mengandung arti pelaksanaan pelayanan masyarakat dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Cara-cara yang diperlukan untuk memberikan pelayanan publik yang profesional adalah sebagai berikut:

1. Menentukan pelayanan publik yang disediakan, apa saja macamnya,
2. Memperlakukan pengguna pelayanan sebagai *customers*,
3. Berusaha memuaskan pengguna pelayanan sesuai dengan yang diinginkan mereka,
4. Mencari cara penyampaian pelayanan yang paling baik dan berkualitas,
5. Menyediakan alternatif bila pengguna pelayanan tidak memiliki pilihan lain.

Tuntutan masyarakat saat ini terhadap pelayanan publik yang berkualitas akan semakin menguat. Oleh karena itu, kredibilitas pemerintah sangat ditentukan oleh kemampuannya mengatasi berbagai permasalahan yang telah disebutkan di atas sehingga mampu menyediakan pelayanan publik yang memuaskan masyarakat sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Dari sisi mikro, hal-hal yang dapat diajukan untuk mengatasi masalah-masalah tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penetapan standar pelayanan

Standar pelayanan memiliki arti yang sangat penting dalam pelayanan publik. Standar pelayanan merupakan suatu komitmen penyelenggara pelayanan untuk menyediakan pelayanan dengan suatu kualitas tertentu yang ditentukan atas dasar perpaduan harapan-harapan masyarakat dan kemampuan penyelenggara pelayanan. Penetapan standar pelayanan

yang dilakukan melalui proses identifikasi jenis pelayanan, identifikasi pelanggan, identifikasi harapan pelanggan, perumusan visi dan misi pelayanan, analisis proses dan prosedur, sarana dan prasarana, waktu dan biaya pelayanan. Proses ini tidak hanya akan memberikan informasi mengenai standar pelayanan yang harus ditetapkan, tetapi juga informasi mengenai kelembagaan yang mampu mendukung terselenggaranya proses manajemen yang menghasilkan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Informasi lain yang juga dihasilkan adalah informasi mengenai kuantitas dan kompetensi-kompetensi Sumber Daya Manusia yang dibutuhkan serta distribusinya beban tugas pelayanan yang akan ditanganinya.

2. Pengembangan *Standard Operating Procedures* (SOP)

Untuk memastikan bahwa proses pelayanan dapat berjalan secara konsisten diperlukan adanya *Standard Operating Procedures*. Dengan adanya SOP, maka proses pengolahan yang dilakukan secara internal dalam unit pelayanan dapat berjalan sesuai dengan acuan yang jelas, sehingga dapat berjalan secara konsisten. Disamping itu SOP juga bermanfaat dalam hal:

- a. Untuk memastikan bahwa proses dapat berjalan *uninterrupted*. Jika terjadi hal-hal tertentu, misalkan petugas yang diberi tugas menangani satu proses tertentu berhalangan hadir, maka petugas lain dapat menggantikannya. Oleh karena itu proses pelayanan dapat berjalan terus;
- b. Untuk memastikan bahwa pelayanan perijinan dapat berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- c. Memberikan informasi yang akurat ketika dilakukan penelusuran terhadap kesalahan prosedur jika terjadi penyimpangan dalam pelayanan;
- d. Memberikan informasi yang akurat ketika akan dilakukan perubahan-perubahan tertentu dalam prosedur pelayanan;
- e. Memberikan informasi yang akurat dalam rangka pengendalian pelayanan;
- f. Memberikan informasi yang jelas mengenai tugas dan kewenangan yang akan diserahkan kepada petugas tertentu yang akan menangani satu proses pelayanan tertentu. Atau dengan kata lain, bahwa semua petugas yang terlibat dalam proses pelayanan memiliki uraian tugas dan tanggungjawab yang jelas.

3. Pengembangan Survei Kepuasan Pelanggan

Untuk menjaga kepuasan masyarakat, maka perlu dikembangkan suatu mekanisme penilaian kepuasan masyarakat atas pelayanan yang telah diberikan oleh penyelenggara pelayanan publik. Dalam konsep manajemen pelayanan, kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila produk pelayanan yang diberikan oleh penyedia pelayanan memenuhi kualitas yang diharapkan masyarakat. Oleh karena itu, survei kepuasan pelanggan memiliki arti penting dalam upaya peningkatan pelayanan publik.

Bab 3

Konsep Stockholder VS Stakeholder Theory dan Dimensi dalam Bisnis

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang harus ditempuh perusahaan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya dan harus dijadikan pedoman agar memiliki standar baku yang mencegah timbulnya ketimpangan dalam memandang etika moral sebagai standar kerja atau operasi perusahaan. Muslich (1998: 31-33) mengemukakan prinsip-prinsip etika bisnis sebagai berikut:

1. Prinsip otonomi

Prinsip otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Atau mengandung arti bahwa perusahaan secara bebas memiliki wewenang sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya dengan visi dan misi yang dimilikinya. Kebijakan yang diambil perusahaan harus diarahkan untuk pengembangan visi dan misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran dan kesejahteraan karyawan dan komunitasnya.

2. Prinsip kejujuran

- Kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan perusahaan. Kejujuran harus diarahkan pada semua pihak, baik internal maupun eksternal perusahaan. Jika prinsip

kejujuran ini dapat dipegang teguh oleh perusahaan, maka akan dapat meningkatkan kepercayaan dari lingkungan perusahaan tersebut. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran.

- Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak.
 - Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding.
 - Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.
3. Prinsip tidak berniat jahat.
Prinsip ini ada hubungan erat dengan prinsip kejujuran. Penerapan prinsip kejujuran yang ketat akan mampu meredam niat jahat perusahaan itu.
 4. Prinsip keadilan.
Perusahaan harus bersikap adil kepada pihak-pihak yang terkait dengan sistem bisnis. Contohnya, upah yang adil kepada karyawan sesuai kontribusinya, pelayanan yang sama kepada konsumen, dan lain-lain, menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional obyektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.
 5. Prinsip hormat pada diri sendiri
Perlunya menjaga citra baik perusahaan tersebut melalui prinsip kejujuran, tidak berniat jahat dan prinsip keadilan.

Pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan pebisnis dilatarbelakangi oleh berbagai hal. Salah satu hal tersebut adalah untuk mencapai keuntungan yang sebanyak-banyaknya, tanpa memikirkan dampak buruk yang terjadi selanjutnya.

Faktor lain yang membuat pebisnis melakukan pelanggaran antara lain:

1. Banyaknya kompetitor baru dengan produk mereka yang lebih menarik
2. Mengejar Keuntungan dan Kepentingan Pribadi (*Personal Gain and Selfish Interest*)
3. Ingin menambah mangsa pasar
4. Ingin menguasai pasar.

5. Pertentangan antara Nilai-Nilai Perusahaan dengan Perorangan (*Business Goals versus Personal Values*)

Dari faktor-faktor tersebut, faktor pertama adalah faktor yang memiliki pengaruh paling kuat. Untuk mempertahankan produk perusahaan tetap menjadi yang utama, dibuatlah iklan dengan sindiran-sindiran pada produk lain. Iklan dibuat hanya untuk mengunggulkann produk sendiri, tanpa ada keunggulan dari produk tersebut.

Di dalam persaingan dunia usaha yang sangat ketat ini, etika bisnis merupakan sebuah harga mati, yang tidak dapat ditawar lagi. Dalam zaman keterbukaan dan luasnya informasi saat ini, baik-buruknya sebuah dunia usaha dapat tersebar dengan cepat dan luas. Memposisikan karyawan, konsumen, pemasok, pemodal dan masyarakat umum secara etis dan jujur adalah satu-satunya cara supaya dapat bertahan di dalam dunia bisnis saat ini. Ketatnya persaingan bisnis menyebabkan beberapa pelaku bisnisnya kurang memperhatikan etika dalam bisnis.

Etika bisnis mempengaruhi tingkat kepercayaan atau *trust* dari masing-masing elemen dalam lingkaran bisnis. Pemasok (*supplier*), perusahaan, dan konsumen, adalah elemen yang saling mempengaruhi. Masing-masing elemen tersebut harus menjaga etika, sehingga kepercayaan yang menjadi prinsip kerja dapat terjaga dengan baik.

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 dalam bisnis.

Bab 4

Kebijakan Etis Perusahaan

A. Etika Perusahaan.

1. Pengertian Etika.

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat Internasional diperlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bergaul. Sistem pengaturan pergaulan tersebut menjadi saling menghormati dan dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain. Maksud pedoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar mereka senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingannya serta terjamin agar perbuatannya yang tengah dijalankan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya. Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat kita. Untuk itu perlu kiranya bagi kita mengetahui tentang pengertian etika serta macam-macam etika dalam kehidupan bermasyarakat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah:

- a. Ilmu tentang apa yang baik dan yang buruk, tentang hak dan kewajiban moral.

Kumpulan asas/nilai yang berkenaan dengan akhlak.

Nilai mengenai yang benar dan salah yang dianut masyarakat.

Istilah Etika berasal dari bahasa Yunani kuno. Bentuk tunggal kata 'etika' yaitu ethos sedangkan bentuk jamaknya yaitu ta etha. Ethos mempunyai banyak arti yaitu: tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan/ adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Sedangkan arti ta etha yaitu adat kebiasaan. Istilah lain yang identik dengan etika, yaitu: usila (Sanskerta), lebih menunjukkan kepada dasar-dasar, prinsip, aturan hidup (sila) yang lebih baik (su). Dan yang kedua adalah Akhlak (Arab), berarti moral, dan etika berarti ilmu akhlak.

Arti dari bentuk jamak inilah yang melatarbelakangi terbentuknya istilah Etika yang oleh Aristoteles dipakai untuk menunjukkan filsafat moral. Jadi, secara etimologis (asal usul kata), etika mempunyai arti yaitu ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan (K.Bertens, 2000).

Biasanya bila kita mengalami kesulitan untuk memahami arti sebuah kata maka kita akan mencari arti kata tersebut dalam kamus. Tetapi ternyata tidak semua kamus mencantumkan arti dari sebuah kata secara lengkap. Hal tersebut dapat kita lihat dari perbandingan yang dilakukan oleh K. Bertens terhadap arti kata 'etika' yang terdapat dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama dengan Kamus Bahasa Indonesia yang baru. Dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama (Poerwadarminta, sejak 1953 - mengutip dari Bertens,2000), etika mempunyai arti sebagai : "ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak (moral)". Sedangkan kata 'etika' dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang baru (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988 - mengutip dari Bertens 2000), mempunyai arti: Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak); kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak; nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Dari perbandingan kedua kamus tersebut terlihat bahwa dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama hanya terdapat satu arti saja yaitu etika sebagai ilmu. Sedangkan Kamus Bahasa Indonesia yang baru memuat beberapa arti. Kalau kita misalnya sedang membaca sebuah kalimat di berita surat kabar "Dalam dunia bisnis etika merosot terus" maka kata 'etika' di sini bila dikaitkan dengan arti yang terdapat dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama tersebut tidak cocok karena maksud dari kata 'etika' dalam kalimat tersebut bukan etika sebagai ilmu melainkan 'nilai mengenai benar dan

salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat'. Jadi arti kata 'etika' dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama tidak lengkap.

K. Bertens berpendapat bahwa arti kata 'etika' dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia tersebut dapat lebih dipertajam dan susunan atau urutannya lebih baik dibalik, karena arti kata ke-3 lebih mendasar daripada arti kata ke-1. Sehingga arti dan susunannya menjadi seperti berikut :

- a. Nilai dan norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Misalnya, jika orang berbicara tentang etika orang Jawa, etika agama Budha, etika Protestan dan sebagainya, maka yang dimaksudkan etika di sini bukan etika sebagai ilmu melainkan etika sebagai sistem nilai. Sistem nilai ini bisa berfungsi dalam hidup manusia perorangan maupun pada taraf sosial;
- b. Kumpulan asas atau nilai moral. Yang dimaksud di sini adalah kode etik. Contoh : Kode Etik Jurnalistik;
- c. Ilmu tentang yang baik atau buruk.

Etika baru menjadi ilmu bila kemungkinan-kemungkinan etis (asas-asas dan nilai-nilai tentang yang dianggap baik dan buruk) yang begitu saja diterima dalam suatu masyarakat dan sering kali tanpa disadari menjadi bahan refleksi bagi suatu penelitian sistematis dan metodis. Etika di sini sama artinya dengan filsafat moral.

Etika berkaitan dengan nilai, norma, dan moral. Di dalam Dictionary of Sociology and Related Sciences dikemukakan bahwa nilai adalah kemampuan yang dipercayai dan pada suatu benda untuk memuaskan manusia. Jadi nilai itu hakikatnya adalah sifat atau kualitas yang melekat pada suatu objek, bukan objek itu sendiri.

Di dalam nilai itu sendiri terkandung cita-cita, harapan-harapan, dambaan-dambaan dan keharusan. Menurut tinggi rendahnya, nilai-nilai dapat dikelompokkan dalam empat tingkatan yaitu:

- a. Nilai-nilai kenikmatan
Dalam tingkatan ini terdapat deretan nilai-nilai yang mengenakan dan tidak mengenakan yang menyebabkan orang senang atau menderita tidak enak.
- b. Nilai-nilai kehidupan
Dalam tingkatan ini terdapatlah nilai-nilai yang penting bagi kehidupan misalnya kesehatan, kesegaran jasmani, dan kesejahteraan umum.

c. Nilai-nilai kejiwaan

Dalam tingkat ini terdapat nilai-nilai kejiwaan yang sama sekali tidak tergantung dari keadaan jasmani maupun lingkungan. Misalnya nilai keindahan, kebenaran maupun lingkungan.

d. Nilai-nilai kerohanian

Dalam tingkat ini terdapatlah modalitas nilai dari yang suci dan tidak suci. Misalnya nilai-nilai pribadi.

Ada empat macam nilai-nilai kerohanian, yaitu:

1. Nilai kebenaran yang bersumber pada akal (ratio, budi, cipta) manusia.
2. Nilai keindahan atau nilai estetis, yang bersumber pada perasaan manusia.
3. Nilai kebaikan atau nilai moral, yang bersumber pada unsur kehendak manusia.
4. Nilai religius, yang merupakan nilai kerohanian tertinggi dan mutlak. Nilai ini bersumber kepada kepercayaan atau keyakinan manusia.

Nilai dan norma senantiasa berkaitan dengan moral dan etika. Istilah moral mengandung integritas dan martabat pribadi manusia. Makna moral yang terkandung dalam kepribadian seseorang itu tercermin dari sikap dan tingkah lakunya. Jadi norma sebagai penuntun sikap dan tingkah laku manusia. Antara norma dan etika memiliki hubungan yang sangat erat yaitu etika sebagai ilmu pengetahuan yang membahas tentang prinsip-prinsip moralitas.

Etika memiliki peranan atau fungsi diantaranya yaitu:

- a. Dengan etika seseorang atau kelompok dapat mengemukakan penilaian tentang perilaku manusia
- b. Menjadi alat kontrol atau menjadi rambu-rambu bagi seseorang atau kelompok dalam melakukan suatu tindakan atau aktivitasnya sebagai mahasiswa
- c. Etika dapat memberikan prospek untuk mengatasi kesulitan moral yang kita hadapi sekarang.
- d. Etika dapat menjadi prinsip yang mendasar bagi mahasiswa dalam menjalankan aktivitas kemahasiswaannya.

- e. Etika menjadi penuntun agar dapat bersikap sopan, santun, dan dengan etika kita bisa di cap sebagai orang baik di dalam masyarakat.

2. Macam-Macam Etika.

Dalam membahas Etika sebagai ilmu yang menyelidiki tentang tanggapan kesusilaan atau etis, yaitu sama halnya dengan berbicara moral (*mores*). Manusia disebut etis, ialah manusia secara utuh dan menyeluruh mampu memenuhi hajat hidupnya dalam rangka asas keseimbangan antara kepentingan pribadi dengan pihak yang lainnya, antara rohani dengan jasmaninya, dan antara sebagai makhluk berdiri sendiri dengan penciptanya. Termasuk di dalamnya membahas nilai-nilai atau norma-norma yang dikaitkan dengan etika, terdapat dua macam etika (Keraf: 1991: 23), sebagai berikut:

- a. Etika Deskriptif.

Etika yang menelaah secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia, serta apa yang dikejar oleh setiap orang dalam hidupnya sebagai sesuatu yang bernilai. Artinya Etika deskriptif tersebut berbicara mengenai fakta secara apa adanya, yakni mengenai nilai dan perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas yang membudaya.

Dapat disimpulkan bahwa tentang kenyataan dalam penghayatan nilai atau tanpa nilai dalam suatu masyarakat yang dikaitkan dengan kondisi tertentu memungkinkan manusia dapat bertindak secara etis.

- b. Etika Normatif.

Etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal dan seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia dan tindakan apa yang bernilai dalam hidup ini. Jadi Etika Normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntun agar manusia bertindak secara baik dan menghindarkan hal-hal yang buruk, sesuai dengan kaidah atau norma yang disepakati dan berlaku di masyarakat.

Dari berbagai pembahasan definisi tentang etika tersebut di atas dapat diklasifikasikan menjadi tiga (3) jenis definisi, yaitu sebagai berikut:

- a. Jenis pertama, etika dipandang sebagai cabang filsafat yang khusus membicarakan tentang nilai baik dan buruk dari perilaku manusia.

- b. Jenis kedua, etika dipandang sebagai ilmu pengetahuan yang membicarakan baik buruknya perilaku manusia dalam kehidupan bersama. Definisi tersebut tidak melihat kenyataan bahwa ada keragaman norma, karena adanya ketidaksamaan waktu dan tempat, akhirnya etika menjadi ilmu yang deskriptif dan lebih bersifat sosiologik.
- c. Jenis ketiga, etika dipandang sebagai ilmu pengetahuan yang bersifat normatif, dan evaluatif yang hanya memberikan nilai baik buruknya terhadap perilaku manusia. Dalam hal ini tidak perlu menunjukkan adanya fakta, cukup informasi, menganjurkan dan merefleksikan. Definisi etika ini lebih bersifat informatif, direktif dan reflektif.

Etiket

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia diberikan beberapa arti dari kata “etiket”, yaitu:

1. Etiket (Belanda) secarik kertas yang ditempelkan pada kemasan barang-barang (dagang) yang bertuliskan nama, isi, dan sebagainya tentang barang itu.
2. Etiket (Perancis) adat sopan santun atau tata krama yang perlu selalu diperhatikan dalam pergaulan agar hubungan selalu baik.

Pengertian etiket dan etika sering dicampuradukkan, padahal kedua istilah tersebut terdapat arti yang berbeda, walaupun ada persamaannya. Istilah etika sebagaimana dijelaskan sebelumnya adalah berkaitan dengan moral (mores), sedangkan kata etiket adalah berkaitan dengan nilai sopan santun, tata krama dalam pergaulan formal. Persamaannya adalah mengenai perilaku manusia secara normatif yang etis. Artinya memberikan pedoman atau norma-norma tertentu yaitu bagaimana seharusnya seseorang itu melakukan perbuatan dan tidak melakukan sesuatu perbuatan. Istilah etiket berasal dari *Etiquette* (Perancis) yang berarti dari awal suatu kartu undangan yang biasanya dipergunakan semasa raja-raja di Perancis mengadakan pertemuan resmi, pesta dan resepsi untuk kalangan para elite kerajaan atau bangsawan.

Dalam pertemuan tersebut telah ditentukan atau disepakati berbagai peraturan atau tata krama yang harus dipatuhi, seperti cara berpakaian (tata busana), cara duduk, cara bersalaman, cara berbicara, dan cara bertamu dengan sikap serta perilaku yang penuh sopan santun dalam pergaulan formal atau resmi. Definisi etiket, menurut para pakar ada beberapa

pengertian, yaitu merupakan kumpulan tata cara dan sikap baik dalam pergaulan antar manusia yang beradab.

Pendapat lain mengatakan bahwa etiket adalah tata aturan sopan santun yang disetujui oleh masyarakat tertentu dan menjadi norma serta panutan dalam bertingkah laku sebagai anggota masyarakat yang baik dan menyenangkan.

Perbedaan Etika dan Etiket

1. Hubungan Etika dengan Manusia.

Antara etika dengan mahasiswa memiliki hubungan yang sangat erat. Dalam contoh kasus mahasiswa Universitas Muslim Indonesia yang sudah diceritakan di atas, dapat kita nilai bahwa etika sangat berperan penting terhadap diri mahasiswa maupun orang lain, dengan memahami peranan etika mahasiswa dapat bertindak sewajarnya dalam melakukan aktivitasnya sebagai mahasiswa misalnya di saat mahasiswa berdemonstrasi menuntut keadilan etika menjadi sebuah alat kontrol yang dapat menahan mahasiswa agar tidak bertindak anarkis. Dengan etika mahasiswa dapat berperilaku sopan dan santun terhadap siapa pun dan apapun itu.

Islam telah mengajarkan kepada bahwa kita harus berperilaku sopan terhadap orang yang lebih tua dari kita dan etika juga sudah di jelaskan di dalam Islam, etika di dalam Islam sama dengan akhlaq, dan mahasiswa sebagai makhluk Allah SWT. yang telah diberikan karunia berupa akal, akhlaq yang baik ditujukan bukan hanya kepada manusia saja melainkan kepada semua makhluk baik makhluk hidup ataupun benda mati.

Sebagai seorang mahasiswa yang beretika, mahasiswa harus memahami betul arti dari kebebasan dan tanggung jawab, karena banyak mahasiswa yang apabila sedang berdemonstrasi memaknai kebebasan dengan kebebasan yang tidak bertanggung jawab.

2. Etika dan Etiket.

Banyak orang sangat familiar dengan kata “etika”. Di berbagai kesempatan, kata etika seringkali digunakan dalam konteks kesopanan atau norma. Dalam konteks bisnis dan dunia kerja etika menjadi suatu pokok bahasan yang menarik untuk diulas. Bahkan di beberapa perguruan tinggi, etika dijadikan satu bahasan tersendiri yang dibakukan dalam sebuah mata kuliah, sebut saja etika bisnis dan etika profesi. Namun tahukah anda terkadang banyak dari kita yang salah

menggunakan kata etika dalam kehidupan sehari-hari. Seringkali maknanya tercampur dengan kata "etiket".

Berbeda dengan kata etika, hanya sedikit orang yang familiar dengan kata etiket. Wajar saja, karena sedikitnya literatur, publikasi dan informasi yang berbicara mengenai kata yang satu ini. Dari segi ejaan, kata ini hampir mirip dengan etika, namun maknanya tidak mirip sama sekali.

Etiket merupakan suatu tata krama atau tata sopan santun yang menyangkut sikap lahiriah manusia. Pelanggaran terhadap sikap ini tidak menjadikan seseorang dicap sebagai manusia yang tidak bermoral. Sedangkan Etika dipahami sebagai suatu usaha manusia untuk menggunakan akal budinya dalam usaha mencapai hidup dengan lebih baik. Disini ada unsur penilaian terhadap suatu norma, nilai atau agama tertentu. Pelanggaran terhadap sikap ini bisa dicap sebagai manusia tidak bermoral. Etiket lebih bersifat lahiriah sedangkan etika batiniah.

Sebagai contoh, seorang direktur di sebuah perusahaan disebut manusia yang mempunyai etiket. Ini karena ia adalah orang yang disiplin, rapih dalam berpakaian, selalu mengerjakan tugasnya dengan baik, berbicara sopan, senyum menghias mukanya dan selalu menjaga hubungan baik dengan klien. Walaupun begitu ternyata ia adalah manusia yang dinilai tidak ber-etika. Dalam menjalankan bisnis ia selalu berbuat curang dengan melakukan penyuapan di berbagai tender, ia juga melakukan tindakan nepotisme di kantornya dan terkadang melakukan pelecehan terhadap karyawannya.

Begitu pula dengan seorang koruptor, mafia kasus, pejabat/ birokrat hukum yang menjadi sorotan negatif akhir-akhir ini. Lihatlah mereka, berjas rapih, senyam-senyum di depan wartawan dan beretorika bagus di pengadilan dan konferensi pers. Tentunya sangat gamblang kita menilai bahwa mereka adalah manusia-manusia yang tidak punya etika, namun belum tentu mereka tidak mempunyai etiket.

K. Bertens dalam bukunya yang berjudul "Etika" (2000) memberikan 4 (empat) macam perbedaan etiket dengan etika, yaitu :

1. Etiket menyangkut cara (tata acara) suatu perbuatan harus dilakukan manusia. Misal : Ketika saya menyerahkan sesuatu kepada orang lain, saya harus menyerahkannya dengan menggunakan tangan kanan. Jika saya menyerahkannya dengan tangan kiri, maka saya dianggap melanggar etiket.

Etika menyangkut cara dilakukannya suatu perbuatan sekaligus memberi norma dari perbuatan itu sendiri. Misal : Dilarang mengambil barang milik orang lain tanpa izin karena mengambil barang milik orang lain tanpa izin sama artinya dengan mencuri. “Jangan mencuri” merupakan suatu norma etika. Di sini tidak dipersoalkan apakah pencuri tersebut mencuri dengan tangan kanan atau tangan kiri.

2. Etiket hanya berlaku dalam situasi dimana kita tidak seorang diri (ada orang lain di sekitar kita). Bila tidak ada orang lain di sekitar kita atau tidak ada saksi mata, maka etiket tidak berlaku. Misal : Saya sedang makan bersama teman sambil meletakkan kaki saya di atas meja makan, maka saya dianggap melanggar etiket. Tetapi kalau saya sedang makan sendirian (tidak ada orang lain), maka saya tidak melanggar etiket jika saya makan dengan cara demikian.

Etika selalu berlaku, baik kita sedang sendiri atau bersama orang lain. Misal: Larangan mencuri selalu berlaku, baik sedang sendiri atau ada orang lain. Atau barang yang dipinjam selalu harus dikembalikan meskipun si empunya barang sudah lupa.

3. Etiket bersifat relatif. Yang dianggap tidak sopan dalam satu kebudayaan, bisa saja dianggap sopan dalam kebudayaan lain. Misal : makan dengan tangan atau bersendawa waktu makan.

Etika bersifat absolut. “Jangan mencuri”, “Jangan membunuh” merupakan prinsip-prinsip etika yang tidak bisa ditawar-tawar.

4. Etiket memandang manusia dari segi lahiriah saja. Orang yang berpegang pada etiket bisa juga bersifat munafik. Misal : Bisa saja orang tampak sebagai “manusia berbulu ayam”, dari luar sangat sopan dan halus, tapi di dalam penuh kebusukan.

Etika memandang manusia dari segi dalam. Orang yang etis tidak mungkin bersifat munafik, sebab orang yang bersikap etis pasti orang yang sungguh-sungguh baik.

Nilai

1. Pengertian Nilai.

Nilai adalah sesuatu yang berharga, bermutu, menunjukkan kualitas, dan berguna bagi manusia. Sesuatu itu bernilai berarti sesuatu itu berharga atau berguna bagi kehidupan manusia. Adanya dua macam nilai

tersebut sejalan dengan penegasan Pancasila sebagai ideologi terbuka. Perumusan Pancasila sebagai dalam pembukaan UUD 1945. Alinea 4 dinyatakan sebagai nilai dasar dan penjabarannya sebagai nilai instrumental. Nilai dasar tidak berubah dan tidak boleh diubah lagi. Betapapun pentingnya nilai dasar yang tercantum dalam pembukaan UUD 1945 itu, sifatnya belum operasional. Artinya kita belum dapat menjabarkannya secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Penjelasan UUD 1945 sendiri menunjuk adanya undang-undang sebagai pelaksanaan hukum dasar tertulis itu. Nilai-nilai dasar yang terkandung dalam pembukaan UUD 1945 itu memerlukan penjabaran lebih lanjut. Penjabaran itu sebagai arahan untuk kehidupan nyata. Penjabaran itu kemudian dinamakan Nilai Instrumental.

Nilai Instrumental harus tetap mengacu kepada nilai-nilai dasar yang dijabarkannya. Penjabaran itu bisa dilakukan secara kreatif dan dinamis dalam bentuk-bentuk baru untuk mewujudkan semangat yang sama dan dalam batas-batas yang dimungkinkan oleh nilai dasar itu. Penjabaran itu jelas tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai dasarnya.

Nilai sama dengan sesuatu yang menyenangkan kita, nilai identik dengan apa yang diinginkan, nilai merupakan sarana pelatihan kita, nilai pengalaman pribadi semata, nilai ide platonik esensi.

2. Pengertian Nilai Para Ahli.

Kimball Young

Mengemukakan nilai sosial adalah asumsi yang abstrak dan sering tidak disadari tentang apa yang dianggap penting dalam masyarakat.

A.W.Green

Nilai sosial adalah kesadaran yang secara relatif berlangsung disertai emosi terhadap objek.

Woods

Mengemukakan bahwa nilai sosial merupakan petunjuk umum yang telah berlangsung lama serta mengarahkan tingkah laku dan kepuasan dalam kehidupan sehari-hari

M.Z.Lawang

Menyatakan nilai adalah gambaran mengenai apa yang diinginkan, yang pantas, berharga, dan dapat mempengaruhi perilaku sosial dari orang yang bernilai tersebut.

Hendropuspito

Menyatakan nilai sosial adalah segala sesuatu yang dihargai masyarakat karena mempunyai daya guna fungsional bagi perkembangan kehidupan manusia.

Driyarkara (1966,38)

Nilai adalah hakekat suatu hal, yang menyebabkan hal itu pantas dikejar oleh manusia.

Fraenkel (1977:6)

Nilai adalah idea atau konsep yang bersifat abstrak tentang apa yang dipikirkan seseorang atau dianggap penting oleh seseorang, biasanya mengacu kepada estetika (keindahan), etika pola perilaku dan logika benar salah atau keadilan *justice*. (*Value is any idea, a concept, about what some one think is important in life*) Kuntjaraningrat(1992:26)

Bab 5

Konsep Dan Penerapan Good Corporate Governance

Kita sering mendengar, membaca, atau bahkan menggunakan, istilah etika di berbagai kesempatan. Sejumlah pengamat, misalnya, menganggap bahwa banyak politisi berperilaku tidak etis atau tidak mempertimbangkan etika lagi. Mereka menuntut perlunya para penyelenggara negara memperhatikan etika, dan mengusulkan agar disusun suatu kode etik bagi para anggota legislatif, dan penyelenggara lainnya, bahkan juga untuk pelaksanaan kampanye pemilihan umum.

Demikian pula, ketika menyeruak skandal-skandal keuangan seperti enron di AS, sejumlah pihak menegaskan kembali perlunya pondasi etika dalam berbisnis, berorganisasi dan dalam menjalankan profesi. Mereka, misalnya, menyindir para pebisnis dan profesional dengan mempertanyakan, “masih adakah yang namanya etika itu?”

Etika dalam kehidupan keseharian adalah sesuatu yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan keseharian. Apalagi dengan perkembangan kehidupan sosial ekonomi budaya dan teknologi yang mendorong munculnya gejala-gejala moral yang fenomenal.

Kenyataan ini menunjukkan perhatian dan minat orang-orang terhadap etika dan seluk beluknya, terus berkembang. Dampak langsungnya, eksistensi dan penerapan etika dalam dunia bisnis dan profesi, terus berkembang dan semakin meningkat. Dalam dunia bisnis atau profesional, etika merupakan prinsip-prinsip moralitas yang mengatur dan menjadi pedoman bagi para pelaku bisnis atau profesi. Dimulai dari ketika ia melakukan pemikiran,

menciptakan, dan mengambil berbagai keputusan dalam menjalankan bisnis atau profesinya.

Mengingat begitu pentingnya etika, hampir semua profesi yang ada saat ini memiliki kode etika profesi yang dituangkan ke dalam bentuk peraturan tertulis. Tentu saja memiliki sanksi sebagaimana peraturan lainnya bagi pelaku yang dianggap melanggarnya.

A. Pengertian Profesi

Profesi berasal dari bahasa latin “Proffesio” yang mempunyai dua pengertian yaitu janji/ ikrar dan pekerjaan. Bila artinya dibuat dalam pengertian yang lebih luas menjadi kegiatan “apa saja” dan “siapa saja” untuk memperoleh nafkah yang dilakukan dengan suatu keahlian tertentu. Sedangkan dalam arti sempit profesi berarti kegiatan yang dijalankan berdasarkan keahlian tertentu sekaligus dituntut daripadanya pelaksanaan norma-norma sosial dengan baik. Profesi merupakan kelompok lapangan kerja yang khusus melaksanakan kegiatan yang memerlukan keterampilan dan keahlian tinggi guna memenuhi kebutuhan yang rumit dari manusia, di dalamnya pemakaian dengan cara yang benar akan keterampilan dan keahlian tinggi, hanya dapat dicapai dengan dimilikinya penguasaan pengetahuan dengan ruang lingkup yang luas, mencakup sifat manusia, kecenderungan sejarah dan lingkungan hidupnya serta adanya disiplin etika yang dikembangkan dan diterapkan oleh kelompok anggota yang menyandang profesi tersebut.

Profesi merupakan bagian dari pekerjaan, namun tidak setiap pekerjaan adalah profesi. Seorang petugas staf administrasi biasa berasal dari berbagai latar ilmu, namun tidak demikian halnya dengan Akuntan, Pengacara, Dokter yang membutuhkan pendidikan khusus.

Profesi merupakan suatu pekerjaan yang mengandalkan keterampilan dan keahlian khusus yang tidak didapatkan pada pekerjaan-pekerjaan sebelumnya. Profesi merupakan suatu pekerjaan yang menuntut pengembalian profesi tersebut untuk terus memperbaharui keterampilannya sesuai perkembangan teknologi.

Secara populer sedikitnya ada dua pengertian yang diberikan pada istilah profesi. Pertama, pekerjaan yang ditekuni dan menjadi tumujuan hidup. Kedua, lebih dari sekedar pekerjaan, profesi adalah bidang pekerjaan yang dilandasi oleh pendidikan keahlian tertentu. Selain itu, profesi sering dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu profesi biasa dan profesi luhur. Istilah profesi dalam bab ini, sebagaimana dapat kita pahami nanti, selain mengandung arti pekerjaan sebagai panggilan dan tumpuan hidup

dan standar yang tinggi, juga berarti pekerjaan yang bercirikan keluhuran dan komitmen moral yang tinggi. Tegasnya, profesi suatu pekerjaan, tetapi berbeda dengan pekerjaan pada umumnya. Suatu profesi dibangun dengan landasan yang bermoral karena seorang profesional memang dituntut untuk menghasilkan kinerja berstandar kualitas tinggi dan mengutamakan kepentingan publik. Karena nilai-nilai moral ini, maka menyatakan “pencopet” adalah profesi tentulah tidak tepat; seorang pencopet, kerenanya, bukanlah seorang profesional, tetapi seorang penjahat yang pada dasarnya anti moral atau immoral.

Ciri-Ciri dan Syarat Profesi.

Ciri-ciri suatu profesi diantaranya adalah:

- a. Adanya pengetahuan khusus, yang biasanya keahlian dan keterampilan ini dimiliki berkat pendidikan, pelatihan dan pengalaman yang bertahun-tahun.
- b. Adanya kaidah dan standar moral yang sangat tinggi. Hal ini biasanya setiap pelaku profesi mendasarkan kegiatannya pada kode etik profesi.
- c. Mengabdikan pada kepentingan masyarakat, artinya setiap pelaksana profesi harus meletakkan kepentingan pribadi di bawah kepentingan masyarakat.
- d. Izin khusus untuk menjalankan suatu profesi. Setiap profesi akan selalu berkaitan dengan kepentingan masyarakat, dimana nilai-nilai kemanusiaan berupa keselamatan, keamanan, kelangsungan hidup dan sebagainya, maka untuk menjalankan suatu profesi harus terlebih dahulu ada izin khusus.
- e. Kaum profesional biasanya menjadi anggota dari suatu profesi.

Syarat Suatu Profesi

- 1) Melibatkan kegiatan intelektual.
- 2) Menggeluti suatu batang tubuh ilmu yang khusus.
- 3) Memerlukan persiapan profesional yang alam dan bukan sekedar latihan.
- 4) Memerlukan latihan dalam jabatan yang berkesinambungan.
- 5) Menjanjikan karir hidup dan keanggotaan yang permanen.
- 6) Mementingkan layanan di atas keuntungan pribadi.
- 7) Mempunyai organisasi profesional yang kuat dan terjalin erat.
- 8) Menentukan standarnya sendiri, dalam hal ini adalah kode etik.

Pengertian Etika Profesi.

Istilah profesi telah dimengerti oleh banyak orang bahwa suatu hal yang berkaitan dengan bidang tertentu atau jenis pekerjaan (*occupation*) yang sangat dipengaruhi oleh pendidikan dan keahlian, sehingga banyak orang yang bekerja tetapi belum tentu dikatakan memiliki profesi yang sesuai. Tetapi dengan keahlian saja yang diperoleh dari pendidikan kejuruan, juga belum cukup untuk menyatakan suatu pekerjaan dapat disebut profesi. Tetapi perlu penguasaan teori sistematis yang mendasari praktek pelaksanaan, dan penguasaan teknik intelektual yang merupakan hubungan antara teori dan penerapan dalam praktek. Adapun hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaksana profesi.

Berkaitan dengan bidang pekerjaan yang telah dilakukan seseorang sangatlah perlu untuk menjaga profesi dikalangan masyarakat atau terhadap konsumen (klien atau objek). Dengan kata lain orientasi utama profesi adalah untuk kepentingan masyarakat dengan menggunakan keahlian yang dimiliki. Akan tetapi tanpa disertai suatu kesadaran diri yang tinggi, profesi dapat dengan mudahnya disalahgunakan oleh seseorang seperti pada penyalahgunaan profesi seseorang dibidang komputer misalnya pada kasus kejahatan komputer yang berhasil mengcopy program komersial untuk diperjualbelikan lagi tanpa ijin dari hak pencipta atas program yang dikomesikan itu. Sehingga perlu pemahaman atas etika profesi dengan memahami kode etik profesi. Menurut Keiser dalam (Suhrawardi Lubis, 1994: 6-7), etika profesi adalah sikap hidup berupa keadilan untuk memberikan pelayanan profesional terhadap masyarakat dengan ketertiban penuh dan keahlian sebagai pelayanan dalam rangka melaksanakan tugas berupa kewajiban terhadap masyarakat.

Profesional (seorang profesional) adalah orang yang menjalani suatu profesi, dan karenanya, mempunyai tanggung jawab yang tinggi untuk berkarya dengan standar kualitas tinggi dilandasi dengan komitmen moral yang tinggi pula. Mengingat makna profesi dan profesional itu, maka etika profesi merupakan unsur atau dimensi yang tak terpisahkan dari setiap profesi. Etika profesi atau etika profesional merupakan unsur sangat penting dalam kehidupan komunitas profesi.

Etika profesi merupakan pembeda utama antara para profesional dengan orang-orang yang sekedar ahli di bidang yang mereka pilih untuk ditekuni (pekerjaan). Dengan berpedoman pada nilai-nilai etis, yang antara lain digariskan dalam kode etik profesi, para profesional meraih dan memiliki reputasi yang tinggi, dan karena itu jasa mereka sangat dibutuhkan dan dihargai

oleh masyarakat. Etika profesi merupakan jantung harapan publik dalam kaitannya dengan tingkat kepercayaan dalam pekerjaan yang dikategorikan dengan sebutan profesional. Masyarakat menghargai profesi yang memegang teguh standar etika yang tinggi dan akan memandang rendah profesi itu jika kepercayaan yang mereka berikan dikhianati.

Etika profesi atau etika profesional merupakan suatu bidang etika (sosial) terapan. Etika profesi berkaitan dengan kewajiban etis mereka yang menduduki posisi yang disebut profesional. Etika profesi berfungsi sebagai panduan bagi para profesional dalam menjalani mereka memberikan dan mempertahankan jasa kepada masyarakat yang berstandar tinggi. Sebagai bidang etika terapan, etika profesi pada dasarnya berkaitan dengan penerapan standar moral atau prinsip-prinsip moral tertentu yang disepakati untuk dijadikan sebagai nilai-nilai dan panduan bersama oleh para anggota profesi. Dengan demikian, dalam kaitannya dengan profesi, etika meliputi norma-norma yang mentransformasikan nilai-nilai atau cita-cita (luhur) ke dalam praktik sehari-hari para profesional dalam menjalankan profesi mereka.

Norma-norma ini biasanya dikodifikasikan secara formal ke dalam bentuk kode etik (*code of ethics*) atau kode (aturan) perilaku (*code of conducts*) profesi yang bersangkutan.

Etika profesi biasanya dibedakan dari etika kerja (*work ethics* atau *occupational ethics*) yang mengatur praktik, hak dan kewajiban bagi mereka yang bekerja di bidang yang tidak disebut profesi (*non-profesional*) *non-profesional* adalah pegawai atau pekerja biasa dan dianggap dan dianggap kurang memiliki otonomi dan kekuasaan atau kemampuan profesional. Namun demikian, ada sejumlah pendapat yang menyatakan bahwa tidak ada alasan moral untuk mengeluarkan etika kerja dari kajian etika profesional karena keduanya tidak terlalu berbeda jenisnya kecuali yang menyangkut besarnya bayaran yang diterima dari pekerjaan mereka. Pertimbangan utamanya adalah bahwa orang pada umumnya tidak terlampaui mengkhawatirkan terjadinya “perampasan” atau “pengambil alihan” pekerjaan, melainkan mengkhawatirkan terjadinya penyalahgunaan kewenangan, kekuasaan atau keahlian. Misalnya, masyarakat tidak atau kurang mengkhawatirkan bahwa tukang daging akan mengambil alih pekerjaan penjahit, atau sebaliknya, penjahit akan mengambil alih pekerjaan mereka hanya demi kepentingan mereka sendiri.

Perbedaan antara etika profesi dan etika kerja lazimnya dilakukan mengingat aktivitas pra profesional seperti dokter, pengacara, dan akuntan, adalah berbeda dengan pekerja lain pada umumnya. Para profesional memiliki karakteristik khusus

dari segi pendidikan atau pelatihan, pengetahuan, pengalaman, dan hubungan dengan klien, yang membedakannya dari pekerja non-profesional. Tuntutan akan standar profesionalisme dan etika untuk para profesional adalah jauh lebih tinggi dibandingkan terhadap nonprofesional. Namun demikian tetap perlu diingat, meskipun etika profesi dibedakan dari etika kerja, kerangka dan prinsip-prinsip yang dicakup etika profesi tetap dapat diberlakukan sebagai etika kerja. Ini terutama karena etika profesi mencakup prinsip-prinsip umum etika yang, sebagaimana prinsip-prinsip itu diberlakukan pada kehidupan profesi, dapat diterapkan pada bidang pekerjaan atau kehidupan yang lain.

Kode Etik Profesi

Kode; yaitu tanda-tanda atau simbol-simbol yang berupa kata-kata, tulisan atau benda yang disepakati untuk maksud-maksud tertentu, misalnya untuk menjamin suatu berita, keputusan atau suatu kesepakatan suatu organisasi. Kode juga dapat berarti kumpulan peraturan yang sistematis.

Kode etik ; yaitu norma atau azas yang diterima oleh suatu kelompok tertentu sebagai landasan tingkah laku sehari-hari di masyarakat maupun di tempat kerja. Menurut UU No. 8 (pokok-pokok kepegawaian), Kode etik profesi adalah pedoman sikap, tingkah laku dan perbuatan dalam melaksanakan tugas dan dalam kehidupan sehari-hari.

Kode etik profesi merupakan sarana untuk membantu para pelaksana seseorang sebagai seseorang yang professional supaya tidak dapat merusak etika profesi.

Ada tiga hal pokok yang merupakan fungsi dari kode etik profesi :

- a. Kode etik profesi memberikan pedoman bagi setiap anggota profesi tentang prinsip profesionalitas yang digariskan. Maksudnya bahwa dengan kode etik profesi, pelaksana profesi mampu mengetahui suatu hal yang boleh dia lakukan dan yang tidak boleh dilakukan.
- b. Kode etik profesi merupakan sarana kontrol sosial bagi masyarakat atas profesi yang bersangkutan. Maksudnya bahwa etika profesi dapat memberikan suatu pengetahuan kepada masyarakat agar juga dapat memahami arti pentingnya suatu profesi, sehingga memungkinkan pengontrolan terhadap para pelaksana di lapangan kerja (kalangan sosial).
- c. Kode etik profesi mencegah campur tangan pihak diluar organisasi profesi tentang hubungan etika dalam keanggotaan profesi. Arti tersebut dapat dijelaskan bahwa para pelaksana profesi pada suatu instansi atau

perusahaan yang lain tidak boleh mencampuri pelaksanaan profesi di lain instansi atau perusahaan.

Kode etik profesi sebetulnya tidak merupakan hal yang baru. Sudah lama diusahakan untuk mengatur tingkah laku moral suatu kelompok khusus dalam masyarakat melalui ketentuan-ketentuan tertulis yang diharapkan akan dipegang teguh oleh seluruh kelompok itu. Salah satu contoh tertua adalah ; SUMPAH HIPOKRATES, yang dipandang sebagai kode etik pertama untuk profesi dokter.

Kode etik bisa dilihat sebagai produk dari etika terapan, seban dihasilkan berkat penerapan pemikiran etis atas suatu wilayah tertentu, yaitu profesi. Tetapi setelah kode etik ada, pemikiran etis tidak berhenti. Kode etik tidak menggantikan pemikiran etis, tapi sebaliknya selalu didampingi refleksi etis. Supaya kode etik dapat berfungsi dengan semestinya, salah satu syarat mutlak adalah bahwa kode etik itu dibuat oleh profesi sendiri. Kode etik tidak akan efektif kalau di drop begitu saja dari atas yaitu instansi pemerintah atau instansi-instansi lain; karena tidak akan dijiwai oleh cita-cita dan nilai-nilai yang hidup dalam kalangan profesi itu sendiri.

Dengan membuat kode etik, profesi sendiri akan menetapkan hitam atas putih niatnya untuk mewujudkan nilai-nilai moral yang dianggapnya hakiki. Hal ini tidak akan pernah bisa dipaksakan dari luar. Hanya kode etik yang berisikan nilai-nilai dan cita-cita yang diterima oleh profesi itu sendiri yang bisa mendarah daging dengannya dan menjadi tumpuan harapan untuk dilaksanakan untuk dilaksanakan juga dengan tekun dan konsekuen. Syarat lain yang harus dipenuhi agar kode etik dapat berhasil dengan baik adalah bahwa pelaksanaannya di awasi terus menerus. Pada umumnya kode etik akan mengandung sanksi-sanksi yang dikenakan pada pelanggar kode etik.

Sanksi Pelanggaran Kode Etik :

- a. Sanksi moral
- b. Sanksi dikeluarkan dari organisasi
- c. Kasus-kasus pelanggaran kode etik akan ditindak dan dinilai oleh suatu dewan kehormatan atau komisi yang dibentuk khusus untuk itu. Karena tujuannya adalah mencegah terjadinya perilaku yang tidak etis, seringkali kode etik juga berisikan ketentuan-ketentuan profesional, seperti kewajiban melapor jika ketahuan teman sejawat melanggar kode etik. Ketentuan itu merupakan akibat logis dari *self regulation* yang terwujud dalam kode etik; seperti kode itu berasal dari niat profesi mengatur dirinya sendiri,

demikian juga diharapkan kesediaan profesi untuk menjalankan kontrol terhadap pelanggar. Namun demikian, dalam praktek sehari-hari kontrol ini tidak berjalan dengan mulus karena rasa solidaritas tertanam kuat dalam anggota-anggota profesi, seorang profesional mudah merasa segan melaporkan teman sejawat yang melakukan pelanggaran. Tetapi dengan perilaku semacam itu solidaritas antar kolega ditempatkan di atas kode etik profesi dan dengan demikian maka kode etik profesi itu tidak tercapai, karena tujuan yang sebenarnya adalah menempatkan etika profesi di atas pertimbangan-pertimbangan lain. Lebih lanjut masing-masing pelaksana profesi harus memahami betul tujuan kode etik profesi baru kemudian dapat melaksanakannya.

Kode Etik Profesi merupakan bagian dari etika profesi. Kode etik profesi merupakan lanjutan dari norma-norma yang lebih umum yang telah dibahas dan dirumuskan dalam etika profesi. Kode etik ini lebih memperjelas, mempertegas dan merinci norma-norma ke bentuk yang lebih sempurna walaupun sebenarnya norma-norma tersebut sudah tersirat dalam etika profesi. Dengan demikian kode etik profesi adalah sistem norma atau aturan yang ditulis secara jelas dan tegas serta terperinci tentang apa yang baik dan tidak baik, apa yang benar dan apa yang salah dan perbuatan apa yang dilakukan dan tidak boleh dilakukan oleh seorang professional.

Adapun fungsi dari kode etik profesi adalah :

- a. Memberikan pedoman bagi setiap anggota profesi tentang prinsip profesionalitas yang digariskan.
- b. Sebagai sarana kontrol sosial bagi masyarakat atas profesi yang bersangkutan.
- c. Mencegah campur tangan pihak di luar organisasi profesi tentang hubungan etika dalam keanggotaan profesi. Etika profesi sangatlah dibutuhkan dalam berbagai bidang.

Tujuan Kode Etika Profesi

Prinsip-prinsip umum yang dirumuskan dalam suatu profesi akan berbeda satu dengan yang lainnya. Hal ini disebabkan perbedaan adat, kebiasaan, kebudayaan, dan peranan tenaga ahli profesi yang didefinisikan dalam suatu negara tidak sama.

Adapun yang menjadi tujuan pokok dari rumusan etika yang dituangkan dalam kode etik (*Code of conduct*) profesi adalah:

- a. Standar-standar etika menjelaskan dan menetapkan tanggung jawab terhadap klien, institusi, dan masyarakat pada umumnya
- b. Standar-standar etika membantu tenaga ahli profesi dalam menentukan apa yang harus mereka perbuat kalau mereka menghadapi dilema-dilema etika dalam pekerjaan
- c. Standar-standar etika membiarkan profesi menjaga reputasi atau nama dan fungsi-fungsi profesi dalam masyarakat melawan kelakuan-kelakuan yang jahat dari anggota-anggota tertentu
- d. Standar-standar etika mencerminkan/ membayangkan pengharapan moral-moral dari komunitas, dengan demikian standar-standar etika menjamin bahwa para anggota profesi akan menaati kitab UU etika (kode etik) profesi dalam pelayanannya.
- e. Standar-standar etika merupakan dasar untuk menjaga kelakuan dan integritas atau kejujuran dari tenaga ahli profesi.
- f. Perlu diketahui bahwa kode etik profesi adalah tidak sama dengan hukum (atau undang-undang). Seorang ahli profesi yang melanggar kode etik profesi akan menerima sanksi atau denda dari induk organisasi profesinya.
- g. Untuk meningkatkan mutu organisasi profesi.
- h. Meningkatkan layanan di atas keuntungan pribadi.
- i. Mempunyai organisasi profesional yang kuat dan terjalin erat.
- j. Menentukan baku standarnya sendiri.

B. Urgensi Etika Profesi

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat Internasional diperlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bergaul. Sistem pengaturan pergaulan tersebut menjadi saling menghormati dan dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain.

Maksud pedoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar mereka senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingannya serta terjamin agar perbuatannya yang tengah dijalankan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya. Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat kita.

Etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Itu berarti etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini. Etika pada akhirnya membantu kita untuk mengambil keputusan tentang tindakan apa yang perlu kita lakukan dan yang perlu kita pahami bersama bahwa etika ini dapat diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan kita. Begitu juga dengan etika profesi yang keberadaannya sangat diperlukan bagi kalangan profesional.

Kode etik profesi merupakan produk etika terapan karena dihasilkan berdasarkan penerapan pemikiran etis atas suatu profesi. Kode etik profesi dapat berubah dan diubah seiring perkembangan zaman. Kode etik profesi merupakan pengaturan diri profesi yang bersangkutan, dan ini perwujudan nilai moral yang hakiki, yang tidak dipaksakan dari luar.

Kode etik profesi hanya berlaku efektif apabila dijiwai oleh cita-cita dan nilai-nilai yang hidup dalam lingkungan profesi itu sendiri. Setiap kode etik profesi selalu dibuat tertulis yang tersusun secara rapi, lengkap, tanpa catatan, dalam bahasa yang baik, sehingga menarik perhatian dan menyenangkan pembacanya. Semua yang tergambar adalah perilaku yang baik-baik. Bukan algoritma sederhana yang dapat menghasilkan keputusan etis atau tidak etis kadang-kadang bagian-bagian dari kode etik dapat terasa saling bertentangan ataupun dengan kode etik lain. Kita harus menggunakan keputusan yang etis untuk bertindak sesuai dengan semangat kode etik profesi. Kode etik yang baik menggariskan dengan jelas prinsip-prinsip mendasar yang butuh pemikiran, bukan kepatuhan membuta.

Selanjutnya, karena kelompok profesional merupakan kelompok yang berkeahlian dan berkemahiran yang diperoleh melalui proses pendidikan dan pelatihan yang berkualitas dan berstandar tinggi yang dalam menerapkan semua keahlian dan kemahirannya yang tinggi itu hanya dapat dikontrol dan dinilai dari dalam oleh rekan sejawat, sesama profesi sendiri. Kehadiran organisasi profesi dengan perangkat "*built-in mechanism*" berupa kode etik profesi dalam hal ini jelas akan diperlukan untuk menjaga martabat serta kehormatan profesi, dan di sisi lain melindungi masyarakat dari segala bentuk penyimpangan maupun penyalah-gunaan keahlian (Wignjosoebroto, 1999).

Oleh karena itu dapatlah disimpulkan bahwa sebuah profesi hanya dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat, bilamana dalam diri para elit profesional tersebut ada kesadaran kuat untuk mengindahkan etika profesi

pada saat mereka ingin memberikan jasa keahlian profesi kepada masyarakat yang memerlukannya.

Tanpa etika profesi, apa yang semua dikenal sebagai sebuah profesi yang terhormat akan segera jatuh terdegradasi menjadi sebuah pekerjaan pencarian nafkah biasa (okupasi) yang sedikitpun tidak diwarnai dengan nilai-nilai idealisme dan ujungujungnya akan berakhir dengan tidak-adanya lagi respek maupun kepercayaan yang pantas diberikan kepada para elite profesional ini.

C. Prinsip dan Peranan Etika Profesi

1. Prinsip-Prinsip Etika Profesi.

Terdapat beberapa prinsip yang melekat dengan etika profesi diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Tanggung jawab.
Tanggung jawab terhadap pelaksanaan pekerjaan itu dan terhadap hasilnya dan tanggung jawab terhadap dampak dari profesi itu untuk kehidupan orang lain atau masyarakat pada umumnya.
- b. Keadilan.
Prinsip ini menuntut kita untuk memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya.
- c. Otonomi.
Prinsip ini menuntut agar setiap kaum profesional memiliki dan di beri kebebasan dalam menjalankan profesinya, tetapi dibatasi tanggungjawab dan komitmen profesional dan tidak mengganggu kepentingan umum.
- d. Prinsip integritas moral yang tinggi.

Komitmen pribadi menjaga keluhuran profesi. Peranan Etika dalam Profesi.

- a. Nilai-nilai etika itu tidak hanya milik satu atau dua orang, atau segolongan orang saja, tetapi milik setiap kelompok masyarakat, bahkan kelompok yang paling kecil yaitu keluarga sampai pada suatu bangsa. Dengan nilai-nilai etika tersebut, suatu kelompok diharapkan akan mempunyai tata nilai untuk mengatur kehidupan bersama.

- b. Salah satu golongan masyarakat yang mempunyai nilai-nilai yang menjadi landasan dalam pergaulan baik dengan kelompok atau masyarakat umumnya maupun dengan sesama anggotanya, yaitu masyarakat profesional. Golongan ini sering menjadi pusat perhatian karena adanya tata nilai yang mengatur dan tertuang secara tertulis (yaitu kode etik profesi) dan diharapkan menjadi pegangan para anggotanya.
- c. Sorotan masyarakat menjadi semakin tajam manakala perilaku-perilaku sebagian para anggota profesi yang tidak didasarkan pada nilai-nilai pergaulan yang telah disepakati bersama (tertuang dalam kode etik profesi), sehingga terjadi kemerosotan etik pada masyarakat profesi tersebut. Sebagai contohnya adalah pada profesi hukum dikenal adanya mafia peradilan, demikian juga pada profesi dokter dengan pendirian klinik super spesialis di daerah mewah, sehingga masyarakat miskin tidak mungkin menjamahnya.

Prinsip etika akuntansi terhadap “Kepentingan Publik.”

Setiap anggota berkewajiban untuk senantiasa bertindak dalam kerangka pelayanan kepada publik, menghormati kepercayaan publik, dan menunjukkan komitmen atas profesionalisme. Satu ciri utama dari suatu profesi adalah penerimaan tanggung jawab kepada publik. Profesi akuntan memegang peran yang penting di masyarakat, dimana publik dari profesi akuntan yang terdiri dari klien, pemberi kredit, pemerintah, pemberi kerja, pegawai, investor, dunia bisnis dan keuangan, dan pihak lainnya bergantung kepada obyektivitas dan integritas akuntan dalam memelihara berjalannya fungsi bisnis secara tertib. Ketergantungan ini menimbulkan tanggung jawab akuntan terhadap kepentingan publik. Kepentingan publik didefinisikan sebagai kepentingan masyarakat dan institusi yang dilayani anggota secara keseluruhan. Ketergantungan ini menyebabkan sikap dan tingkah laku akuntan dalam menyediakan jasanya mempengaruhi kesejahteraan ekonomi masyarakat dan negara. Kepentingan utama profesi akuntan adalah untuk membuat pemakai jasa akuntan paham bahwa jasa akuntan dilakukan dengan tingkat prestasi.

Tertinggi sesuai dengan persyaratan etika yang diperlukan untuk mencapai tingkat prestasi tersebut. Dan semua anggota mengikat dirinya untuk menghormati kepercayaan publik. Atas kepercayaan yang diberikan publik kepadanya, anggota harus secara terus menerus menunjukkan dedikasi mereka untuk mencapai profesionalisme yang tinggi. Untuk memelihara dan

meningkatkan kepercayaan publik, setiap anggota harus memenuhi tanggung jawab profesionalnya dengan integritas setinggi mungkin.

Penyebab Pelanggaran Kode Etik Profesi.

a. Pengaruh sifat kekeluargaan

Misalnya Seorang dosen yang memberikan nilai tinggi kepada seorang mahasiswa dikarenakan mahasiswa tersebut keponakan dosen tersebut.

b. Pengaruh jabatan

Misalnya seorang yang ingin mendapatkan pekerjaan, dia harus membayar puluhan juta rupiah kepada pimpinan atau orang yang ditunjuk, sehingga orang tersebut menyalah gunakan jabatannya.

c. Pengaruh masih lemahnya penegakan hukum di Indonesia, sehingga menyebabkan pelaku pelanggaran kode etik profesi tidak merasa khawatir melakukan pelanggaran.

d. Tidak berjalannya kontrol dan pengawasan dari masyarakat

e. Organisasi profesi tidak dilengkapi dengan sarana dan mekanisme bagi masyarakat untuk menyampaikan keluhan

f. Rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai substansi kode etik profesi, karena buruknya pelayanan sosialisasi dari pihak profesi sendiri

g. Belum terbentuknya kultur dan kesadaran dari para pengemban profesi untuk menjaga martabat luhur profesinya

h. Tidak adanya kesadaran etis dan moralitas diantara para pengemban profesi untuk menjaga martabat luhur profesinya.

Bab 6

Konsep dan Penerapan *Corporate Social Responsibility*

Ahli pemberdayaan kepribadian Uno (2004) menjelaskan bahwa mempraktikkan bisnis dengan etiket berarti mempraktikkan tata cara bisnis yang sopan dan santun sehingga kehidupan bisnis menyenangkan karena saling menghormati. Etiket berbisnis diterapkan pada sikap kehidupan berkantor, sikap menghadapi rekan-rekan bisnis, dan sikap di mana kita tergabung dalam organisasi. Itu berupa senyum sebagai apresiasi yang tulus dan terima kasih, tidak menyalahgunakan kedudukan, kekayaan, tidak lekas tersinggung, kontrol diri, toleran, dan tidak memotong pembicaraan orang lain. Dengan kata lain, etiket bisnis itu memelihara suasana yang menyenangkan, menimbulkan rasa saling menghargai, meningkatkan efisiensi kerja, dan meningkatkan citra pribadi dan perusahaan.

Sedangkan berbisnis dengan etika bisnis adalah menerapkan aturan-aturan umum mengenai etika pada perilaku bisnis. Etika bisnis menyangkut moral, kontak sosial, hak-hak dan kewajiban, prinsip-prinsip dan aturan-aturan. Jika aturan secara umum mengenai etika mengatakan bahwa berlaku tidak jujur adalah tidak bermoral dan beretika, maka setiap insan bisnis yang tidak berlaku jujur dengan pegawainya, pelanggan, kreditur, pemegang usaha maupun pesaing dan masyarakat, maka ia dikatakan tidak etis dan tidak bermoral. Intinya adalah bagaimana kita mengontrol diri kita sendiri untuk dapat menjalani bisnis dengan baik dengan cara peka dan toleransi.

Menurut K. Bertens, ada 3 tujuan yang ingin dicapai dalam etika bisnis, yaitu :

1. Menanamkan atau meningkatkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis. Menanamkan, jika sebelumnya kesadaran itu tidak ada, meningkatkan bila kesadaran itu sudah ada, tapi masih lemah dan ragu. Orang yang mendalami etika bisnis diharapkan memperoleh keyakinan bahwa etika merupakan segi nyata dari kegiatan ekonomis yang perlu diberikan perhatian serius.
2. Memperkenalkan argumentasi moral khususnya dibidang ekonomi dan bisnis, serta membantu pebisnis atau calon pebisnis dalam menyusun argumentasi moral yang tepat. Dalam etika sebagai ilmu, adanya norma-norma moral sangatlah penting namun yang tidak kalah penting adalah alasan bagi berlakunya norma-norma itu. Melalui studi etika diharapkan pelaku bisnis akan sanggup menemukan fundamental rasional untuk aspek moral yang menyangkut ekonomi dan bisnis.
3. Membantu pebisnis atau calon pebisnis, untuk menentukan sikap moral yang tepat didalam profesinya (kelak). Hal ketiga ini memunculkan pertanyaan, apakah studi etika ini menjamin seseorang akan menjadi etis juga? Jawabnya, sekurang-kurangnya meliputi dua sisi berikut, yaitu disatu pihak, harus dikatakan bahwa etika mengikat tetapi tidak memaksa. Disisi lain, studi dan pengajaran tentang etika bisnis boleh diharapkan juga mempunyai dampak atas tingkah laku pebisnis. Bila studi etika telah membuka mata, konsekuensi logisnya adalah pebisnis bertingkah laku menurut yang diakui sebagai hal yang benar.

Selain itu, dalam etika bisnis juga tidak terlepas dari adanya masalah-masalah. Masalah etika dalam bisnis dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori yaitu:

1. Suap (*Bribery*), adalah tindakan berupa menawarkan, memberi, menerima atau meminta sesuatu yang berharga dengan tujuan mempengaruhi tindakan seorang pejabat dalam melaksanakan kewajiban publik. Suap dimaksudkan untuk memanipulasi seseorang dengan membeli pengaruh. 'Pembelian' itu dapat dilakukan baik dengan membayarkan sejumlah uang atau barang, maupun pembayaran kembali' setelah transaksi terlaksana. Suap kadangkala tidak mudah dikenali. Pemberian *cash* atau penggunaan *callgirls* dapat dengan mudah dimasukkan

sebagai cara suap, tetapi pemberian hadiah (*gift*) tidak selalu dapat disebut sebagai suap, tergantung dari maksud dan respons yang diharapkan oleh pemberi hadiah.

2. Paksaan (*Coercion*), adalah tekanan, batasan, dorongan dengan paksa atau dengan menggunakan jabatan atau ancaman. *Coercion* dapat berupa ancaman untuk mempersulit kenaikan jabatan, pemecatan, atau penolakan industri terhadap seorang individu.
3. Penipuan (*Deception*), adalah tindakan memperdaya, menyesatkan yang disengaja dengan mengucapkan atau melakukan kebohongan.
4. Pencurian (*Theft*), adalah merupakan tindakan mengambil sesuatu yang bukan hak kita atau mengambil property milik orang lain tanpa persetujuan pemiliknya. Properti tersebut dapat berupa property fisik atau konseptual.
5. Diskriminasi tidak jelas (*Unfair discrimination*), adalah perlakuan tidak adil atau penolakan terhadap orang-orang tertentu yang disebabkan oleh ras, jenis kelamin, kewarganegaraan, atau agama. Suatu kegagalan untuk memperlakukan semua orang dengan setara tanpa adanya perbedaan yang beralasan antara mereka yang 'disukai' dan tidak.

Prinsip Etika Bisnis

Perubahan perdagangan dunia menuntut segera dibenahinya etika bisnis agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik. Langkah apa yang harus ditempuh? Di dalam bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara. Bahkan, tindakan yang berbau kriminal pun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan. Kalau sudah demikian, pengusaha yang menjadi penggerak motor perekonomian akan berubah menjadi 'binatang' ekonomi. Terjadinya perbuatan tercela dalam dunia bisnis tampaknya tidak menampakkan kecenderungan tetapi sebaliknya, makin hari semakin meningkat. Tindakan *mark up*, ingkar janji, tidak mengindahkan kepentingan masyarakat, tidak memperhatikan sumber daya alam maupun tindakan kolusi dan suap merupakan segelintir contoh pengabaian para pengusaha terhadap etika bisnis.

Sebagai bagian dari masyarakat, tentu bisnis tunduk pada norma-norma yang ada pada masyarakat. Tata hubungan bisnis dan masyarakat yang tidak bisa dipisahkan itu membawa serta etika-etika tertentu dalam kegiatan bisnisnya,

baik etika itu antara sesama pelaku bisnis maupun etika bisnis terhadap masyarakat dalam hubungan langsung maupun tidak langsung.

Dengan memetakan pola hubungan dalam bisnis seperti itu dapat dilihat bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terwujud dalam satu pola hubungan yang bersifat interaktif. Hubungan ini tidak hanya dalam satu negara, tetapi meliputi berbagai negara yang terintegrasi dalam hubungan perdagangan dunia yang nuansanya kini telah berubah. Perubahan nuansa perkembangan dunia itu menuntut segera dibenahinya etika bisnis. Pasalnya, kondisi hukum yang melingkupi dunia usaha terlalu jauh tertinggal dari pertumbuhan serta perkembangan di bidang ekonomi.

Untuk mengatasi 'keliaran' dunia bisnis tersebut, diperlukan suatu etika yang berfungsi sebagai pagar pembatas. Etika bisnis memiliki peran yang sangat penting untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai (*value creation*) yang tinggi pula. Von der Embse dan R.A. Wagley dalam publikasi yang berjudul *Management Journal* pada tahun 1988 mengungkapkan bahwa pada dasarnya terdapat tiga pendekatan dalam merumuskan prinsip etika bisnis, yaitu:

1. Pendekatan Utilitarian (*Utilitarian Approach*)
Menurut pendekatan ini, setiap tindakan dalam dunia bisnis harus didasarkan pada konsekuensi yang ditimbulkan oleh tindakan tersebut. Oleh karena itu, dalam bertindak, seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya yang serendah-rendahnya.
2. Pendekatan Hak Individu (*Individual Rights Approach*)
Menurut pendekatan ini, setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun, tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.
3. Pendekatan Keadilan (*Justice Approach*)
Menurut pendekatan ini, para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, baik secara perseorangan maupun secara kelompok.

Standar moral merupakan tolok ukur etika bisnis. Dimensi etik merupakan dasar kajian dalam pengambilan keputusan. Etika bisnis cenderung berfokus pada etika terapan daripada etika normatif. Dua prinsip yang dapat digunakan sebagai acuan dimensi etik dalam pengambilan keputusan, yaitu:

- a. Prinsip konsekuensi (*Principle of Consequentialist*)
Adalah konsep etika yang berfokus pada konsekuensi pengambilan keputusan. Artinya keputusan dinilai etik atau tidak berdasarkan konsekuensi (dampak) keputusan tersebut.
- b. Prinsip tidak konsekuensi (*Principle of Nonconsequentialist*)
Adalah terdiri dari rangkaian peraturan yang digunakan sebagai petunjuk/panduan pengambilan keputusan etik dan berdasarkan alasan bukan akibat, antara lain:
 - 1) Prinsip Hak, yaitu menjamin hak asasi manusia yang berhubungan dengan kewajiban untuk tidak saling melanggar hak orang lain.
 - 2) Prinsip Keadilan, yaitu keadilan yang biasanya terkait dengan isu hak, kejujuran, dan kesamaan.

Prinsip keadilan dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

- a). Keadilan *distributive*, yaitu keadilan yang sifatnya menyeimbangkan alokasi *benefit* dan beban antar anggota kelompok sesuai dengan kontribusi tenaga dan pikirannya terhadap *benefit*. *Benefit* terdiri dari pendapatan, pekerjaan, kesejahteraan, pendidikan dan waktu luang. Beban terdiri dari tugas kerja, pajak dan kewajiban sosial.
- b). Keadilan *retributive*, yaitu keadilan yang terkait dengan *retribution* (ganti rugi) dan hukuman atas kesalahan tindakan. Seseorang bertanggungjawab atas konsekuensi negatif atas tindakan yang dilakukan kecuali tindakan tersebut dilakukan atas paksaan pihak lain.
- c). Keadilan kompensatoris, yaitu keadilan yang terkait dengan kompensasi bagi pihak yang dirugikan. Kompensasi yang diterima dapat berupa perlakuan medis, pelayanan dan barang penebus kerugian. Masalah terjadi apabila kompensasi tidak dapat menebus kerugian, misalnya kehilangan nyawa manusia.

Sementara itu, menurut Muslich (1998 : 31-33) prinsip-prinsip etika bisnis terdiri dari:

- a. Prinsip Otonomi
Prinsip otonomi memandang bahwa perusahaan secara bebas memiliki wewenang sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi yang dimilikinya. Kebijakan yang diambil perusahaan harus diarahkan untuk pengembangan visi dan misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran dan kesejahteraan karyawan dan komunitasnya.

b. Prinsip Kejujuran

Kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan suatu perusahaan. Kejujuran harus diarahkan pada semua pihak, baik internal maupun eksternal perusahaan. Jika prinsip kejujuran ini dapat dipegang teguh oleh perusahaan, maka akan dapat meningkatkan kepercayaan dari lingkungan perusahaan tersebut.

c. Prinsip Tidak Berniat Jahat

Prinsip ini memiliki hubungan erat dengan prinsip kejujuran. Penerapan prinsip kejujuran yang ketat akan mampu meredam niat jahat perusahaan itu.

d. Prinsip Keadilan

Perusahaan harus bersikap adil kepada pihak-pihak yang terkait dengan sistem bisnis. Contohnya, upah yang adil kepada karyawan sesuai kontribusinya, pelayanan yang sama kepada konsumen, dan lain-lain.

e. Prinsip Hormat Pada Diri Sendiri

Perlunya menjaga citra baik perusahaan tersebut melalui prinsip kejujuran, tidak berniat jahat dan prinsip keadilan.

Tidak jauh berbeda dengan Muslich, Adiwarmanto Karim merumuskan prinsip-prinsip etika yang harus dianut dalam dunia bisnis. Prinsip-prinsip itu terdiri dari:

a. Kejujuran

Banyak orang beranggapan bahwa bisnis merupakan kegiatan tipu-menipu demi mendapatkan keuntungan. Hal ini jelas keliru. Sesungguhnya kejujuran merupakan salah satu kunci keberhasilan berbisnis bahkan termasuk unsur penting untuk bertahan di tengah persaingan bisnis.

b. Keadilan

Perlakukanlah setiap orang sesuai dengan haknya. Misalnya, berikan upah kepada karyawan sesuai standar yang ada serta janganlah pelit untuk memberikan bonus saat perusahaan mendapatkan keuntungan lebih. Terapkan juga keadilan saat menentukan harga, misalnya dengan tidak mengambil untung yang merugikan konsumen.

c. Rendah Hati

Jangan lakukan bisnis dengan kesombongan. Misalnya, dalam mempromosikan produk dengan cara berlebihan, apalagi sampai menjatuhkan produk pesaing, entah melalui gambar maupun tulisan.

Pada akhirnya, konsumen memiliki kemampuan untuk melakukan penilaian atas kredibilitas sebuah produk/ jasa. Apalagi, tidak sedikit masyarakat yang percaya bahwa sesuatu yang terlihat atau terdengar terlalu sempurna pada kenyataannya justru sering kali terbukti buruk.

d. Simpatik

Kelolalah emosi. Tampilkan wajah ramah dan simpatik. Bukan hanya di depan klien atau konsumen anda, tetapi juga di hadapan orang-orang yang mendukung bisnis anda, seperti karyawan, sekretaris dan lain-lain.

e. Kecerdasan

Diperlukan kecerdasan atau kepandaian untuk menjalankan strategi bisnis sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku sehingga menghasilkan keuntungan yang memadai. Dengan kecerdasan pula seorang pebisnis mampu mewaspadaikan dan menghindari berbagai macam bentuk kejahatan non-etis yang mungkin dilancarkan oleh lawan-lawan bisnisnya.

f. Lakukan dengan Cara yang Baik, Lebih Baik, atau Dipandang Baik.

Sebagai pebisnis, anda jangan mematok diri pada aturan-aturan yang berlaku. Perhatikan juga norma, budaya atau agama di tempat anda membuka bisnis. Suatu cara yang dianggap baik di suatu negara atau daerah, belum tentu cocok dan sesuai untuk di terapkan di negara atau daerah lain. Hal ini penting kalau ingin usaha berjalan tanpa ada gangguan.

Selain berbagai prinsip-prinsip etika bisnis tersebut, terdapat beberapa hal pokok yang harus selalu dipegang teguh dalam rangka menciptakan praktik bisnis yang beretika, baik oleh kalangan pengusaha sendiri sebagai pelaku utama dunia bisnis maupun oleh pemerintah itu sendiri.

Hal-hal pokok tersebut antara lain:

1. Pengendalian Diri

Artinya, pelaku-pelaku bisnis mampu mengendalikan diri mereka masing-masing untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Di samping itu, pelaku bisnis sendiri tidak mendapatkan keuntungan dengan jalan main curang atau memakan pihak lain dengan menggunakan keuntungan tersebut. Walau keuntungan yang diperoleh merupakan hak bagi pelaku bisnis, tetapi penggunaannya juga harus memperhatikan kondisi masyarakat sekitarnya. Inilah etika bisnis yang 'etik'.

2. Pengembangan Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility*)
Pelaku bisnis di sini dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk 'uang' dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks lagi. Artinya, sebagai contoh kesempatan yang dimiliki oleh pelaku bisnis untuk menjual pada tingkat harga yang tinggi sewaktu terjadinya *excess demand* harus menjadi perhatian dan kepedulian bagi pelaku bisnis dengan tidak memanfaatkan kesempatan ini untuk meraup keuntungan yang berlipat ganda. Jadi, dalam keadaan *excess demand* pelaku bisnis harus mampu mengembangkan dan memanifestasikan sikap tanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab sosial bisa dalam bentuk kepedulian terhadap masyarakat di sekitarnya, terutama dalam hal pendidikan, kesehatan, pemberian latihan keterampilan, dll.
3. Mempertahankan Jati Diri
Mempertahankan jati diri dan tidak mudah terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi adalah salah satu usaha menciptakan etika Bisnis. Namun demikian bukan berarti etika bisnis anti perkembangan informasi dan teknologi, tetapi informasi dan teknologi itu harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kepedulian bagi golongan yang lemah dan tidak kehilangan budaya yang dimiliki akibat adanya transformasi informasi dan teknologi.
4. Menciptakan Persaingan yang Sehat
Persaingan dalam dunia bisnis perlu untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas, tetapi persaingan tersebut tidak mematikan yang lemah, dan sebaliknya harus terdapat jalinan yang erat antara pelaku bisnis besar dan golongan menengah ke bawah, sehingga dengan perkembangannya perusahaan besar mampu memberikan *spread effect* terhadap perkembangan sekitarnya. Untuk itu, dalam menciptakan persaingan perlu ada kekuatan-kekuatan yang seimbang dalam dunia bisnis tersebut.
5. Menerapkan Konsep 'Pembangunan Berkelanjutan'
Dunia bisnis seharusnya tidak memikirkan keuntungan hanya pada saat sekarang tetapi perlu memikirkan bagaimana dengan keadaan di masa datang. Berdasarkan ini jelas pelaku bisnis dituntut tidak mengeksploitasi lingkungan dan keadaan saat sekarang semaksimal mungkin tanpa mempertimbangkan lingkungan dan keadaan di

masa datang walaupun saat sekarang merupakan kesempatan untuk memperoleh keuntungan besar.

6. Menghindari Sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi, dan Komisi)

Jika pelaku bisnis sudah mampu menghindari sikap seperti ini, kita yakin tidak akan terjadi lagi apa yang dinamakan dengan korupsi, manipulasi dan segala bentuk permainan curang dalam dunia bisnis ataupun berbagai kasus yang mencemarkan nama bangsa dan negara.

7. Mampu Menyatakan yang Benar itu Benar

Artinya, kalau pelaku bisnis itu memang tidak wajar untuk menerima kredit (sebagai contoh) karena persyaratan tidak bisa dipenuhi, jangan menggunakan 'katabelece' dari 'koneksi' serta melakukan 'kongkalikong' dengan data yang salah juga jangan memaksa diri untuk mengadakan 'kolusi' serta memberikan 'komisi' kepada pihak yang terkait.

8. Menumbuhkan Sikap Saling Percaya Antar Golongan Pengusaha

Untuk menciptakan kondisi bisnis yang kondusif harus ada sikap saling percaya (*trust*) antara golongan pengusaha kuat dengan golongan pengusaha lemah, sehingga pengusaha lemah mampu berkembang bersama dengan pengusaha lainnya yang sudah besar dan mapan. Yang selama ini kepercayaan itu hanya ada antara pihak golongan kuat, saat sekarang sudah waktunya memberikan kesempatan kepada pihak menengah untuk berkembang dan berkiprah dalam dunia bisnis.

9. Konsekuen dan Konsisten dengan Aturan Main Bersama Semua konsep etika bisnis yang telah ditentukan tidak akan dapat terlaksana apabila setiap orang tidak mau konsekuen dan konsisten dengan etika tersebut. Mengapa? Seandainya semua ketika bisnis telah disepakati, sementara ada 'oknum', baik pengusaha sendiri maupun pihak yang lain mencoba untuk melakukan 'kecurangan' demi kepentingan pribadi, jelas semua konsep etika bisnis itu akan 'gugur' satu demi satu.

10. Memelihara Kesepakatan

Memelihara kesepakatan atau menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati adalah salah satu usaha menciptakan etika bisnis. Jika etika ini telah dimiliki oleh semua pihak, jelas semua memberikan suatu ketentraman dan kenyamanan dalam berbisnis.

11. Menuangkannya ke Dalam Hukum Positif

Perlunya sebagian etika bisnis dituangkan dalam suatu hukum positif yang menjadi Peraturan Perundang-Undangan dimaksudkan untuk menjamin kepastian hukum dari etika bisnis tersebut, seperti 'proteksi' terhadap pengusaha lemah.

Kebutuhan tenaga dunia bisnis yang bermoral dan beretika saat sekarang ini sudah dirasakan dan sangat diharapkan semua pihak apalagi dengan semakin pesatnya perkembangan globalisasi dimuka bumi ini. Dengan adanya moral dan etika dalam dunia bisnis serta kesadaran semua pihak untuk melaksanakannya, kita yakin jurang itu akan dapat diatasi.

Isu-isu etika bisnis

Isu-isu yang dicakup oleh etika bisnis meliputi topik-topik yang luas. Isu-isu ini dapat dikelompokkan ke dalam 3 dimensi atau jenjang, yaitu:

1. Isu sistemik yang berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan etika yang timbul mengenai lingkungan dan sistem yang menjadi tempat beroperasinya suatu bisnis atau perusahaan: ekonomi, politik, hukum, dan sistem-sistem sosial lainnya.
2. Isu organisasi yang berkenaan dengan pertanyaan-pertanyaan etika tentang perusahaan tertentu.
3. Isu individu yang menyangkut tentang pertanyaan-pertanyaan etika yang timbul dalam kaitannya dengan individu tertentu di dalam suatu perusahaan.

Manajemen beretika, yakni bertindak secara etis sebagai seorang manajer dengan melakukan tindakan yang benar (*doing right thing*). Manajemen etika adalah bertindak secara efektif dalam situasi yang memiliki aspek-aspek etis. Situasi seperti ini terjadi di dalam dan di luar organisasi bisnis. Agar dapat menjalankan baik manajemen beretika maupun manajemen etika, para manajer perlu memiliki beberapa pengetahuan khusus.

Banyak eksekutif bisnis menganggap kultur korporat yang mereka pimpin, adalah sesuatu yang mereka inginkan. Mereka membuat lokakarya untuk mendefinisikan nilai-nilai dan proses-proses, menuliskan misi dan tujuan perusahaan pada poster, menyediakan sesi-sesi orientasi untuk pegawai baru, guna menjelaskan tujuan perusahaan dan lain-lain. Bahkan, ada yang mencetak statement nilai-nilai perusahaan di balik kartu identitas sebagai pengingat bagi para pegawai.

1. Isu-isu utama etika bisnis di Indonesia

a. Masalah Etika Klasik

Di zaman klasik bahkan juga di era modern, masalah etika bisnis dalam dunia ekonomi tidak begitu mendapat tempat. Maka tidak aneh bila masih banyak ekonom kontemporer yang menggemakan cara pandang Ekonomi Klasik Adam Smith. Mereka berkeyakinan bahwa sebuah bisnis tidak mempunyai tanggung jawab sosial dan bisnis terlepas dari “etika”. Dalam ungkapan Theodore Levitt, tanggung jawab perusahaan hanyalah mencari keuntungan ekonomis belaka.

Di Indonesia Paham klasik tersebut sempat berkembang secara subur di Indonesia, sehingga mengakibatkan terpuruknya ekonomi Indonesia ke dalam jurang kehancuran. Kolusi, korupsi, monopoli, penipuan, penimbunan barang, pengrusakan lingkungan, penindasan tenaga kerja, perampokan bank oleh para konglomerat, adalah persoalan-persoalan yang begitu telanjang didepan mata kita baik yang terlihat dalam media massa maupun media elektronik.

Di Indonesia, pengabaian etika bisnis sudah banyak terjadi khususnya oleh para konglomerat. Para pengusaha dan ekonom yang kental kapitalisnya, mempertanyakan apakah tepat mempersoalkan etika dalam wacana ilmu ekonomi?. Munculnya penolakan terhadap etika bisnis, dilatari oleh sebuah paradigma klasik, bahwa ilmu ekonomi harus bebas nilai (*value free*). Memasukkan gatra nilai etis sosial dalam diskursus ilmu ekonomi, menurut kalangan ekonom seperti di atas, akan mengakibatkan ilmu ekonomi menjadi tidak ilmiah, karena hal ini mengganggu obyektivitasnya. Mereka masih bersikukuh memegang jargon “mitos bisnis a moral” Di sisi lain, etika bisnis hanyalah mempersempit ruang gerak keuntungan ekonomis.

Padahal, prinsip ekonomi, menurut mereka, adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya.

b. Pemalsuan atau Pembajakan Hak Cipta

Keuntungan usaha yang besar yang dapat diperoleh dari tumpangan gratis atas upaya kreatif dan investasi pihak lain dengan mempergunakan tiruan dari produk-produk yang diinginkan dengan biaya lebih rendah dari yang ditimbulkan oleh produsen produk yang asli. Hal ini menyebabkan kerugian kompetitif dari tumpangan gratis terhadap biaya penelitian dan pengembangan serta pemasaran dari badan usaha yang

sah. Sehingga dengan biaya produksi yang minim dengan menggunakan hak cipta atau kekayaan intelektual milik orang lain seorang pemalsu dan pembajak berharap dapat memperoleh untung yang besar.

Dari sudut pandang etika bisnis hal ini jelas-jelas melanggar dan parahnya pemalsuan serta pembajakan hak cipta marak terjadi di Indonesia. Di negara kita ini hampir 5 juta lagu dibajak tiap harinya, belum lagi pembajakan film dan buku. Bukan hanya itu produk-produk esensial bagi masyarakat seperti obat dan bahan makanan pun sering menjadi sasaran pemalsuan dan pembajakan demi mendapatkan keuntungan yang besar. Bukan hanya melanggar etika bisnis, pemalsuan dan pembajakan merupakan tuntutan hukum pidana maupun perdata bagi pelakunya.

c. Diskriminasi dan Perbedaan Gender

Gender adalah perbedaan perilaku antara pria dan wanita yang dikonstruksi secara sosial, yaitu perbedaan yang bukan ketentuan dari Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia melalui proses sosial dan kultural yang panjang dan gender sebagai seperangkat peran yang dimainkan untuk menunjukkan kepada orang lain bahwa seseorang tersebut feminim atau maskulin. Penampilan, sikap, kepribadian, tanggung jawab keluarga adalah perilaku yang akan membentuk peran gender. Peran gender ini akan berubah seiring waktu dan berbedaan antara satu kultur dengan kultur yang lainnya. Peran ini juga berpengaruh oleh kelas sosial, usia dan latar belakang etnis.

Dalam etika bisnis juga harus memandang tentang kesetaraan serta prioritas. Tidak dalam semua hal kesetaraan gender diterapkan. Akibat adanya perbedaan sifat dari gender yang berbeda tidak bisa dipungkiri adanya prioritas terhadap wanita dan anak-anak tanpa menghalang-halangi kewajiban dan hak-hak mereka.

d. Konflik Sosial dan Masalah Lingkungan

Perusahaan yang tidak memperhatikan kepentingan umum dan menimbulkan gangguan lingkungan akan dianggap sebagai bisnis yang tidak etis. Dorongan pelaksanaan etika bisnis datang dari luar yaitu lingkungan masyarakat. Dorongan tidak selalu datang dari luar, akan tetapi sering muncul dari bisnis itu sendiri. Hal ini disebabkan karena bisnisman adalah juga manusia yang lengkap dengan rasa, karsa dan karya.

Dengan demikian maka secara intern pelaksanaannya akan terbentur pada pertimbangan untung dan rugi yang pada umumnya mendominasi dan menjadi ciri dari suatu bisnis. Oleh karena itu mereka juga sering terdorong rasa kemanusiannya untuk menerapkan etika bisnis secara jujur.

Bisnisan dituntut untuk lebih banyak memperhatikan aspek-aspek sosial dan menerapkan etika bisnis secara jujur. Konflik kepentingan bisnis dengan masyarakat akan selalu muncul dan kadang sulit untuk menyelesaikannya. Apabila konflik mencapai jalan buntu maka biasanya masyarakat akan menggunakan tangan pemerintah sebagai penengah. Hal itu yang melatarbelakangi ketentuan pemerintah untuk mewajibkan pengusaha yang akan mendirikan pabrik harus mendapatkan Izin HO (*Hinder Orgonasie*) agar dapat dicegah adanya konflik dikemudian hari. Pada umumnya, paling tidak semenjak jaman modern, orang lebih suka menggunakan pendekatan etika *human-centered* dalam memperlakukan lingkungan hidup. Melalui pendekatan etika ini, terjadilah ketidakseimbangan relasi antara manusia dan lingkungan hidup.

Dalam kegiatan praktis, alam kemudian dijadikan “obyek” yang dapat dieksploitasi sedemikian rupa untuk menjamin pemenuhan kebutuhan manusia. Sangat disayangkan bahwa pendekatan etika tersebut tidak diimbangi dengan usaha-usaha yang memadai untuk mengembalikan fungsi lingkungan hidup dan makhluk-makhluk lain yang ada di dalamnya.

Dengan latar belakang seperti itulah kerusakan lingkungan hidup terus-menerus terjadi.

Bab 7

Konsep Dan Penerapan Corporate Social Re-Sponsibility

Pengertian Etika dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:

1. Etika sebagai praktis: nilai-nilai dan norma-norma moral (apa yang dilakukan sejauh sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral).
2. Etika sebagai refleksi: pemikiran moral. Berpikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. (dalam hal ini adalah menyoroti dan menilai baik-buruknya perilaku seseorang)

Sedangkan, pengertian Etika Bisnis dapat dibedakan menjadi:

1. Secara makro: etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi secara keseluruhan.
 2. Secara meso: etika bisnis mempelajari masalah-masalah etis di bidang organisasi
 3. Secara mikro: etika bisnis difokuskan pada hubungan individu dengan ekonomi dan bisnis. Sehingga etika bisnis adalah studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis. (etika dalam berbisnis). Menurut Zimmerer, etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi.
-

Ahli pemberdayaan kepribadian Uno (2004) menjelaskan bahwa mempraktikkan bisnis dengan etiket berarti mempraktikkan tata cara bisnis yang sopan dan santun sehingga kehidupan bisnis menyenangkan karena saling menghormati. Etiket berbisnis diterapkan pada sikap kehidupan berkantor, sikap menghadapi rekan-rekan bisnis, dan sikap di mana kita tergabung dalam organisasi. Itu berupa senyum sebagai apresiasi yang tulus dan terima kasih, tidak menyalahgunakan kedudukan, kekayaan, tidak lekas tersinggung, kontrol diri, toleran, dan tidak memotong pembicaraan orang lain. Dengan kata lain, etiket bisnis itu memelihara suasana yang menyenangkan, menimbulkan rasa saling menghargai, meningkatkan efisiensi kerja, dan meningkatkan citra pribadi dan perusahaan.

Sedangkan berbisnis dengan etika bisnis adalah menerapkan aturan-aturan umum mengenai etika pada perilaku bisnis. Etika bisnis menyangkut moral, kontak sosial, hak-hak dan kewajiban, prinsip-prinsip dan aturan-aturan. Jika aturan secara umum mengenai etika mengatakan bahwa berlaku tidak jujur adalah tidak bermoral dan beretika, maka setiap insan bisnis yang tidak berlaku jujur dengan pegawainya, pelanggan, kreditur, pemegang usaha maupun pesaing dan masyarakat, maka ia dikatakan tidak etis dan tidak bermoral. Intinya adalah bagaimana kita mengontrol diri kita sendiri untuk dapat menjalani bisnis dengan baik dengan cara peka dan toleransi.

Menurut K. Bertens, ada 3 tujuan yang ingin dicapai dalam etika bisnis, yaitu :

1. Menanamkan atau meningkatkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis. Menanamkan, jika sebelumnya kesadaran itu tidak ada, meningkatkan bila kesadaran itu sudah ada, tapi masih lemah dan ragu. Orang yang mendalami etika bisnis diharapkan memperoleh keyakinan bahwa etika merupakan segi nyata dari kegiatan ekonomis yang perlu diberikan perhatian serius.
2. Memperkenalkan argumentasi moral khususnya dibidang ekonomi dan bisnis, serta membantu pebisnis atau calon pebisnis dalam menyusun argumentasi moral yang tepat. Dalam etika sebagai ilmu, adanya norma-norma moral sangatlah penting namun yang tidak kalah penting adalah alasan bagi berlakunya norma-norma itu. Melalui studi etika diharapkan pelaku bisnis akan sanggup menemukan fundamental rasional untuk aspek moral yang menyangkut ekonomi dan bisnis.

3. Membantu pebisnis atau calon pebisnis, untuk menentukan sikap moral yang tepat didalam profesinya (kelak). Hal ketiga ini memunculkan pertanyaan, apakah studi etika ini menjamin seseorang akan menjadi etis juga? Jawabnya, sekurang-kurangnya meliputi dua sisi berikut, yaitu disatu pihak, harus dikatakan bahwa etika mengikat tetapi tidak memaksa. Disisi lain, studi dan pengajaran tentang etikabisnis boleh diharapkan juga mempunyai dampak atas tingkah laku pebisnis. Bila studi etika telah membuka mata, konsekuensi logisnya adalah pebisnis bertingkah laku menurut yang diakui sebagai hal yang benar.

Selain itu, dalam etika bisnis juga tidak terlepas dari adanya masalah-masalah. Masalah etika dalam bisnis dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori yaitu:

1. Suap (*Bribery*), adalah tindakan berupa menawarkan, memberi, menerima atau meminta sesuatu yang berharga dengan tujuan mempengaruhi tindakan seorang pejabat dalam melaksanakan kewajiban publik. Suap dimaksudkan untuk memanipulasi seseorang dengan membeli pengaruh. 'Pembelian' itu dapat dilakukan baik dengan membayarkan sejumlah uang atau barang, maupun pembayaran kembali' setelah transaksi terlaksana. Suap kadangkala tidak mudah dikenali. Pemberian cash atau penggunaan callgirls dapat dengan mudah dimasukkan sebagai cara suap, tetapi pemberian hadiah (*gift*) tidak selalu dapat disebut sebagai suap, tergantung dari maksud dan respons yang diharapkan oleh pemberi hadiah.
2. Paksaan (*Coercion*), adalah tekanan, batasan, dorongan dengan paksa atau dengan menggunakan jabatan atau ancaman. *Coercion* dapat berupa ancaman untuk mempersulit kenaikan jabatan, pemecatan, atau penolakan industri terhadap seorang individu.
3. Penipuan (*Deception*), adalah tindakan memperdaya, menyesatkan yang disengaja dengan mengucapkan atau melakukan kebohongan.
4. Pencurian (*Theft*), adalah merupakan tindakan mengambil sesuatu yang bukan hak kita atau mengambil property milik orang lain tanpa persetujuan pemiliknya. Properti tersebut dapat berupa property fisik atau konseptual.
5. Diskriminasi tidak jelas (*Unfair discrimination*), adalah perlakuan tidak adil atau penolakan terhadap orang-orang tertentu yang disebabkan oleh ras, jenis kelamin, kewarganegaraan, atau agama. Suatu kegagalan

untuk memperlakukan semua orang dengan setara tanpa adanya perbedaan yang beralasan antara mereka yang 'disukai' dan tidak.

A. Prinsip Etika Bisnis

Perubahan perdagangan dunia menuntut segera dibenahinya etika bisnis agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik. Langkah apa yang harus ditempuh? Di dalam bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara. Bahkan, tindakan yang berbau kriminal pun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan. Kalau sudah demikian, pengusaha yang menjadi penggerak motor perekonomian akan berubah menjadi 'binatang' ekonomi. Terjadinya perbuatan tercela dalam dunia bisnis tampaknya tidak menampakan kecenderungan tetapi sebaliknya, makin hari semakin meningkat. Tindakan *mark up*, ingkar janji, tidak mengindahkan kepentingan masyarakat, tidak memperhatikan sumber daya alam maupun tindakan kolusi dan suap merupakan segelintir contoh pengabaian para pengusaha terhadap etika bisnis.

Sebagai bagian dari masyarakat, tentu bisnis tunduk pada norma-norma yang ada pada masyarakat. Tata hubungan bisnis dan masyarakat yang tidak bisa dipisahkan itu membawa serta etika-etika tertentu dalam kegiatan bisnisnya, baik etika itu antara sesama pelaku bisnis maupun etika bisnis terhadap masyarakat dalam hubungan langsung maupun tidak langsung.

Dengan memetakan pola hubungan dalam bisnis seperti itu dapat dilihat bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terwujud dalam satu pola hubungan yang bersifat interaktif. Hubungan ini tidak hanya dalam satu negara, tetapi meliputi berbagai negara yang terintegrasi dalam hubungan perdagangan dunia yang nuansanya kini telah berubah. Perubahan nuansa perkembangan dunia itu menuntut segera dibenahinya etika bisnis. Pasalnya, kondisi hukum yang melingkupi dunia usaha terlalu jauh tertinggal dari pertumbuhan serta perkembangan di bidang ekonomi.

Untuk mengatasi 'keliaran' dunia bisnis tersebut, diperlukan suatu etika yang berfungsi sebagai pagar pembatas. Etika bisnis memiliki peran yang sangat penting untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai (*value creation*) yang tinggi pula. Von der Embse dan R.A. Wagley dalam publikasi yang berjudul *Management Journal* pada tahun 1988 mengungkapkan bahwa pada dasarnya terdapat tiga pendekatan dalam merumuskan prinsip etika bisnis, yaitu:

1. Pendekatan Utilitarian (*Utilitarian Approach*)

Menurut pendekatan ini, setiap tindakan dalam dunia bisnis harus didasarkan pada konsekuensi yang ditimbulkan oleh tindakan tersebut. Oleh karena itu, dalam bertindak, seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya yang serendah-rendahnya.

2. Pendekatan Hak Individu (*Individual Rights Approach*)

Menurut pendekatan ini, setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun, tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.

3. Pendekatan Keadilan (*Justice Approach*)

Menurut pendekatan ini, para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, baik secara perseorangan maupun secara kelompok.

Standar moral merupakan tolok ukur etika bisnis. Dimensi etik merupakan dasar kajian dalam pengambilan keputusan. Etika bisnis cenderung berfokus pada etika terapan daripada etika normatif. Dua prinsip yang dapat digunakan sebagai acuan dimensi etik dalam pengambilan keputusan, yaitu:

Prinsip konsekuensi (*Principle of Consequentialist*)

a. Adalah konsep etika yang berfokus pada konsekuensi pengambilan keputusan.

Artinya keputusan dinilai etik atau tidak berdasarkan konsekuensi (dampak) keputusan tersebut.

b. Prinsip tidak konsekuensi (*Principle of Nonconsequentialist*)

Adalah terdiri dari rangkaian peraturan yang digunakan sebagai petunjuk/ panduan pengambilan keputusan etik dan berdasarkan alasan bukan akibat, antara lain:

1) Prinsip Hak, yaitu menjamin hak asasi manusia yang berhubungan dengan kewajiban untuk tidak saling melanggar hak orang lain.

2) Prinsip Keadilan, yaitu keadilan yang biasanya terkait dengan isu hak, kejujuran, dan kesamaan.

Prinsip keadilan dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

- a). Keadilan *distributive*, yaitu keadilan yang sifatnya menyeimbangkan alokasi benefit dan beban antar anggota kelompok sesuai dengan kontribusi tenaga dan pikirannya terhadap benefit. Benefit terdiri dari Pendapatan, pekerjaan, kesejahteraan, pendidikan dan waktu luang. Beban terdiri dari tugas kerja, pajak dan kewajiban sosial.
- b). Keadilan *retributive*, yaitu keadilan yang terkait dengan retribution (ganti rugi) dan hukuman atas kesalahan tindakan. Seseorang bertanggungjawab atas konsekuensi negatif atas tindakan yang dilakukan kecuali tindakan tersebut dilakukan atas paksaan pihak lain.
- c). Keadilan kompensatoris, yaitu keadilan yang terkait dengan kompensasi bagi pihak yang dirugikan. Kompensasi yang diterima dapat berupa perlakuan medis, pelayanan dan barang penebus kerugian. Masalah terjadi apabila kompensasi tidak dapat menebus kerugian, misalnya kehilangan nyawa manusia.

Sementara itu, menurut Muslich (1998 : 31-33) prinsip-prinsip etika bisnis terdiri dari:

- a. Prinsip Otonomi
Prinsip otonomi memandang bahwa perusahaan secara bebas memiliki wewenang sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi yang dimilikinya. Kebijakan yang diambil perusahaan harus diarahkan untuk pengembangan visi dan misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran dan kesejahteraan karyawan dan komunitasnya.
- b. Prinsip Kejujuran
Kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan suatu perusahaan. Kejujuran harus diarahkan pada semua pihak, baik internal maupun eksternal perusahaan. Jika prinsip kejujuran ini dapat dipegang teguh oleh perusahaan, maka akan dapat meningkatkan kepercayaan dari lingkungan perusahaan tersebut.
- c. Prinsip Tidak Berniat Jahat
Prinsip ini memiliki hubungan erat dengan prinsip kejujuran. Penerapan prinsip kejujuran yang ketat akan mampu meredam niat jahat perusahaan itu.
- d. Prinsip Keadilan
Perusahaan harus bersikap adil kepada pihak-pihak yang terkait dengan sistem bisnis. Contohnya, upah yang adil kepada karyawan sesuai kontribusinya, pelayanan yang sama kepada konsumen, dan lain-lain.

Bab 8

Konsep Dasar Profesi dan Kode Etik Profesi

Sebagai pebisnis, anda jangan mematok diri pada aturan-aturan yang berlaku. Perhatikan juga norma, budaya atau agama di tempat anda membuka bisnis. Suatu cara yang dianggap baik di suatu negara atau daerah, belum tentu cocok dan sesuai untuk di terapkan di negara atau daerah lain. Hal ini penting kalau ingin usaha berjalan tanpa ada gangguan.

Selain berbagai prinsip-prinsip etika bisnis tersebut, terdapat beberapa hal pokok yang harus selalu dipegang teguh dalam rangka menciptakan praktik bisnis yang beretika, baik oleh kalangan pengusaha sendiri sebagai pelaku utama dunia bisnis maupun oleh pemerintah itu sendiri. Hal-hal pokok tersebut antara lain:

1. Pengendalian Diri

Artinya, pelaku-pelaku bisnis mampu mengendalikan diri mereka masing-masing untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Di samping itu, pelaku bisnis sendiri tidak mendapatkan keuntungan dengan jalan main curang atau memakan pihak lain dengan menggunakan keuntungan tersebut. Walau keuntungan yang diperoleh merupakan hak bagi pelaku bisnis, tetapi penggunaannya juga harus memperhatikan kondisi masyarakat sekitarnya. Inilah etika bisnis yang 'etik'.

2. Pengembangan Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility*)

Pelaku bisnis di sini dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk 'uang' dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks lagi. Artinya, sebagai contoh kesempatan yang dimiliki oleh pelaku bisnis untuk menjual pada tingkat harga yang tinggi sewaktu terjadinya *excess demand* harus menjadi perhatian dan kepedulian bagi pelaku bisnis dengan tidak memanfaatkan kesempatan ini untuk meraup keuntungan yang berlipat ganda.

Jadi, dalam keadaan *excess demand* pelaku bisnis harus mampu mengembangkan dan memanifestasikan sikap tanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab sosial bisa dalam bentuk kepedulian terhadap masyarakat di sekitarnya, terutama dalam hal pendidikan, kesehatan, pemberian latihan keterampilan, dll.

3. Mempertahankan Jati Diri

Mempertahankan jati diri dan tidak mudah terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi adalah salah satu usaha menciptakan etika bisnis. Namun demikian bukan berarti etika bisnis anti perkembangan informasi dan teknologi, tetapi informasi dan teknologi itu harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kepedulian bagi golongan yang lemah dan tidak kehilangan budaya yang dimiliki akibat adanya transformasi informasi dan teknologi.

4. Menciptakan Persaingan yang Sehat

Persaingan dalam dunia bisnis perlu untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas, tetapi persaingan tersebut tidak mematikan yang lemah, dan sebaliknya harus terdapat jalinan yang erat antara pelaku bisnis besar dan golongan menengah ke bawah, sehingga dengan perkembangannya perusahaan besar mampu memberikan *spread effect* terhadap perkembangan sekitarnya. Untuk itu, dalam menciptakan persaingan perlu ada kekuatan-kekuatan yang seimbang dalam dunia bisnis tersebut.

5. Menerapkan Konsep 'Pembangunan Berkelanjutan'

Dunia bisnis seharusnya tidak memikirkan keuntungan hanya pada saat sekarang tetapi perlu memikirkan bagaimana dengan keadaan di masa datang. Berdasarkan ini jelas pelaku bisnis dituntut tidak mengeksploitasi lingkungan dan keadaan saat sekarang semaksimal mungkin tanpa mempertimbangkan lingkungan dan keadaan di

masa datang walaupun saat sekarang merupakan kesempatan untuk memperoleh keuntungan besar.

6. Menghindari Sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi, dan Komisi)

Jika pelaku bisnis sudah mampu menghindari sikap seperti ini, kita yakin tidak akan terjadi lagi apa yang dinamakan dengan korupsi, manipulasi dan segala bentuk permainan curang dalam dunia bisnis ataupun berbagai kasus yang mencemarkan nama bangsa dan negara.

7. Mampu Menyatakan yang Benar itu Benar

Artinya, kalau pelaku bisnis itu memang tidak wajar untuk menerima kredit (sebagai contoh) karena persyaratan tidak bisa dipenuhi, jangan menggunakan 'katabelece' dari 'koneksi' serta melakukan 'kongkalikong' dengan data yang salah juga jangan memaksa diri untuk mengadakan 'kolusi' serta memberikan 'komisi' kepada pihak yang terkait.

8. Menumbuhkan Sikap Saling Percaya Antar Golongan Pengusaha

Untuk menciptakan kondisi bisnis yang kondusif harus ada sikap saling percaya (*trust*) antara golongan pengusaha kuat dengan golongan pengusaha lemah, sehingga pengusaha lemah mampu berkembang bersama dengan pengusaha lainnya yang sudah besar dan mapan.

Yang selama ini kepercayaan itu hanya ada antara pihak golongan kuat, saat sekarang sudah waktunya memberikan kesempatan kepada pihak menengah untuk berkembang dan berkiprah dalam dunia bisnis.

9. Konsekuen dan Konsisten dengan Aturan Main Bersama

Semua konsep etika bisnis yang telah ditentukan tidak akan dapat terlaksana apabila setiap orang tidak mau konsekuen dan konsisten dengan etika tersebut. Mengapa? Seandainya semua ketika bisnis telah disepakati, sementara ada 'oknum', baik pengusaha sendiri maupun pihak yang lain mencoba untuk melakukan 'kecurangan' demi kepentingan pribadi, jelas semua konsep etika bisnis itu akan 'gugur' satu demi satu.

10. Memelihara Kesepakatan

Memelihara kesepakatan atau menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati adalah salah satu usaha menciptakan etika bisnis. Jika etika ini telah dimiliki oleh semua pihak, jelas semua memberikan suatu ketentraman dan kenyamanan dalam berbisnis.

11. Menuangkannya ke dalam Hukum Positif

Perlunya sebagian etika bisnis dituangkan dalam suatu hukum positif yang menjadi Peraturan Perundang-Undangan dimaksudkan untuk menjamin kepastian hukum dari etika bisnis tersebut, seperti 'proteksi' terhadap pengusaha lemah.

Kebutuhan tenaga dunia bisnis yang bermoral dan beretika saat sekarang ini sudah dirasakan dan sangat diharapkan semua pihak apalagi dengan semakin pesatnya perkembangan globalisasi dimuka bumi ini. Dengan adanya moral dan etika dalam dunia bisnis serta kesadaran semua pihak untuk melaksanakannya, kita yakin jurang itu akan dapat diatasi.

Isu-isu etika bisnis

Isu-isu yang dicakup oleh etika bisnis meliputi topik-topik yang luas. Isu-isu ini dapat dikelompokkan ke dalam 3 dimensi atau jenjang, yaitu:

1. Isu sistemik yang berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan etika yang timbul mengenai lingkungan dan sistem yang menjadi tempat beroperasinya suatu bisnis atau perusahaan: ekonomi, politik, hukum, dan sistem-sistem sosial lainnya.
2. Isu organisasi yang berkenaan dengan pertanyaan-pertanyaan etika tentang perusahaan tertentu.
3. Isu individu yang menyangkut tentang pertanyaan-pertanyaan etika yang timbul dalam kaitannya dengan individu tertentu di dalam suatu perusahaan.

Manajemen beretika, yakni bertindak secara etis sebagai seorang manajer dengan melakukan tindakan yang benar (*doing right thing*). Manajemen etika adalah bertindak secara efektif dalam situasi yang memiliki aspek-aspek etis. Situasi seperti ini terjadi di dalam dan di luar organisasi bisnis. Agar dapat menjalankan baik manajemen beretika maupun manajemen etika, para manajer perlu memiliki beberapa pengetahuan khusus.

Banyak eksekutif bisnis menganggap kultur korporat yang mereka pimpin, adalah sesuatu yang mereka inginkan. Mereka membuat lokakarya untuk mendefinisikan nilai-nilai dan proses-proses, menuliskan misi dan tujuan perusahaan pada poster, menyediakan sesi-sesi orientasi untuk pegawai baru, guna menjelaskan tujuan perusahaan dan lain-lain. Bahkan, ada yang mencetak statement nilai-nilai perusahaan di balik kartu identitas sebagai pengingat bagi para pegawai.

1. Isu-isu utama etika bisnis di Indonesia
 - a. Masalah Etika Klasik

Di zaman klasik bahkan juga di era modern, masalah etika bisnis dalam dunia ekonomi tidak begitu mendapat tempat. Maka tidak aneh bila masih banyak ekonom kontemporer yang menggemakan cara pandang Ekonomi Klasik Adam Smith. Mereka berkeyakinan bahwa sebuah bisnis tidak mempunyai tanggung jawab sosial dan bisnis terlepas dari “etika”. Dalam ungkapan Theodore Levitt, tanggung jawab perusahaan hanyalah mencari keuntungan ekonomis belaka.

Di Indonesia Paham klasik tersebut sempat berkembang secara subur di Indonesia, sehingga mengakibatkan terpuruknya ekonomi Indonesia ke dalam jurang kehancuran. Kolusi, korupsi, monopoli, penipuan, penimbunan barang, pengrusakan lingkungan, penindasan tenaga kerja, perampokan bank oleh para konglomerat, adalah persoalan-persoalan yang begitu telanjang didepan mata kita baik yang terlihat dalam media massa maupun media elektronik.

Di Indonesia, pengabaian etika bisnis sudah banyak terjadi khususnya oleh para konglomerat. Para pengusaha dan ekonom yang kental kapitalisnya, mempertanyakan apakah tepat mempersoalkan etika dalam wacana ilmu ekonomi?.

Munculnya penolakan terhadap etika bisnis, dilatari oleh sebuah paradigma klasik, bahwa ilmu ekonomi harus bebas nilai (*value free*). Memasukkan gastra nilai etis sosial dalam diskursus ilmu ekonomi, menurut kalangan ekonom seperti di atas, akan mengakibatkan ilmu ekonomi menjadi tidak ilmiah, karena hal ini mengganggu obyektivitasnya. Mereka masih bersikukuh memegang jargon “mitos bisnis a moral” Di sisi lain, etika bisnis hanyalah mempersempit ruang gerak keuntungan ekonomis.

Padahal, prinsip ekonomi, menurut mereka, adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya.

b. Pemalsuan atau Pembajakan Hak Cipta

Keuntungan usaha yang besar yang dapat diperoleh dari tumpangan gratis atas upaya kreatif dan investasi pihak lain dengan mempergunakan tiruan dari produk-produk yang diinginkan dengan biaya lebih rendah dari yang ditimbulkan oleh produsen produk yang asli. Hal ini menyebabkan kerugian kompetitif dari tumpangan gratis terhadap biaya penelitian dan pengembangan serta pemasaran dari badan usaha yang sah. Sehingga dengan biaya produksi yang minim dengan menggunakan hak cipta atau kekayaan intelektual milik orang lain

seorang pemalsu dan pembajak berharap dapat memperoleh untung yang besar.

Dari sudut pandang etika bisnis hal ini jelas-jelas melanggar dan parahnya pemalsuan serta pembajakan hak cipta marak terjadi di Indonesia. Di negara kita ini hampir 5 juta lagu dibajak tiap harinya, belum lagi pembajakan film dan buku. Bukan hanya itu produk-produk esensial bagi masyarakat seperti obat dan bahan makanan pun sering menjadi sasaran pemalsuan dan pembajakan demi mendapatkan keuntungan yang besar. Bukan hanya melanggar etika bisnis, pemalsuan dan pembajakan merupakan tuntutan hukum pidana maupun perdata bagi pelakunya.

c. Diskriminasi dan Perbedaan Gender

Gender adalah perbedaan perilaku antara pria dan wanita yang dikonstruksisecara sosial, yaitu perbedaan yang bukan ketentuan dari Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia melalui proses sosial dan kultural yang panjang dan gender sebagai seperangkat peran yang dimainkan untuk menunjukkan kepada orang lain bahwa seseorang tersebut feminim atau maskulin. Penampilan, sikap, kepribadian, tanggung jawab keluarga adalah perilaku yang akan membentuk peran gender. Peran gender ini akan berubah seiring waktu dan berbeda antara satu kultur dengan kultur yang lainnya. Peran ini juga berpengaruh oleh kelas sosial, usia dan latar belakang etnis.

Dalam etika bisnis juga harus memandang tentang kesetaraan serta prioritas. Tidak dalam semua hal kesetaraan gender diterapkan. Akibat adanya perbedaan sifat dari gender yang berbeda tidak bisa dipungkiri adanya prioritas terhadap wanita dan anak-anak tanpa menghalangkan kewajiban dan hak-hak mereka.

d. Konflik Sosial dan Masalah Lingkungan

Perusahaan yang tidak memperhatikan kepentingan umum dan menimbulkan gangguan lingkungan akan dianggap sebagai bisnis yang tidak etis. Dorongan pelaksanaan etika bisnis datang dari luar yaitu lingkungan masyarakat. Dorongan tidak selalu datang dari luar, akan tetapi sering muncul dari bisnis itu sendiri. Hal ini disebabkan karena bisnisan adalah juga manusia yang lengkap dengan rasa, karsa dan karya. Dengan demikian maka secara intern pelaksanaanya akan terbentur pada pertimbangan untung dan rugi yang pada umumnya

mendominasi dan menjadi ciri dari suatu bisnis. Oleh karena itu mereka juga sering terdorong rasa kemanusiannya untuk menerapkan etika bisnis secara jujur.

Bisnisan dituntut untuk lebih banyak memperhatikan aspek-aspek sosial dan menerapkan etika bisnis secara jujur. Konflik kepentingan bisnis dengan masyarakat akan selalu muncul dan kadang sulit untuk menyelesaikannya. Apabila konflik mencapai jalan buntu maka biasanya masyarakat akan menggunakan tangan pemerintah sebagai penengah. Hal itu yang melatarbelakangi ketentuan pemerintah untuk mewajibkan pengusaha yang akan mendirikan pabrik harus mendapatkan Izin HO (*Hinder Orgonasie*) agar dapat dicegah adanya konflik dikemudian hari.

Pada umumnya, paling tidak semenjak jaman modern, orang lebih suka menggunakan pendekatan etika human-centered dalam memperlakukan lingkungan hidup. Melalui pendekatan etika ini, terjadilah ketidakseimbangan relasi antara manusia dan lingkungan hidup. Dalam kegiatan praktis, alam kemudian dijadikan “obyek” yang dapat dieksploitasi sedemikian rupa untuk menjamin pemenuhan kebutuhan manusia. Sangat disayangkan bahwa pendekatan etika tersebut tidak diimbangi dengan usaha-usaha yang memadai untuk mengembalikan fungsi lingkungan hidup dan makhluk-makhluk lain yang ada di dalamnya. Dengan latar belakang seperti itulah kerusakan lingkungan hidup terus-menerus terjadi hingga saat ini. Pertanyaannya sekarang adalah apakah pendekatan etika human-centered tersebut tetap masih relevan diterapkan untuk jaman ini?

Menghadapi realitas kerusakan lingkungan hidup yang terus terjadi, rasanya pendekatan etika human-centered tidak lagi memadai untuk terus dipraktekkan. Artinya, kita perlu menentukan pendekatan etis lain yang lebih sesuai dan lebih “ramah” terhadap lingkungan hidup. Jenis pendekatan etika yang kiranya memungkinkan adalah pendekatan etika *life-centered* yang tadi sudah kita sebutkan. Pendekatan etika ini dianggap lebih memadai sebab dalam praksisnya tidak menjadikan lingkungan hidup dan makhluk-makhluk yang terdapat di dalamnya sebagai obyek yang begitu saja dapat dieksploitasi. Sebaliknya, pendekatan etika ini justru sungguh menghargai mereka sebagai “subyek” yang memiliki nilai pada dirinya. Mereka memiliki nilai tersendiri sebagai anggota komunitas kehidupan di bumi. Nilai mereka tidak ditentukan dari sejauh mana

mereka memiliki kegunaan bagi manusia. Mereka memiliki nilai kebaikan tersendiri seperti manusia juga memilikinya, oleh karena itu mereka juga layak diperlakukan dengan respect seperti kita melakukannya terhadap manusia

2. Etika Bisnis dari sudut pandang kasus dan peristiwa

Mengapa etika bisnis dalam perusahaan terasa sangat penting saat ini? Karena 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. Biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang andal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

a. Kasus Enron

Kasus Enron yang selain menghancurkan dirinya telah pula menghancurkan Kantor Akuntan Publik Arthur Andersen yang memiliki reputasi internasional, dan telah dibangun lebih dari 80 tahun, menunjukkan bahwa penyebab utamanya adalah praktek etika perusahaan tidak dilaksanakan dengan baik dan tentunya karena lemahnya kepemimpinan para pengelolanya. Dari pengalaman berbagai kegagalan tersebut, kita harus makin waspada dan tidak terpana oleh cahaya dan kilatan suatu perusahaan hanya semata-mata dari penampilan saja, karena berkilat belum tentu emas.

Haruslah diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika perusahaan akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang karena:

- 1) Akan dapat mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi baik intern perusahaan maupun dengan eksternal.
- 2) Akan dapat meningkatkan motivasi pekerja.
- 3) Akan melindungi prinsip kebebasan ber-niaga
- 4) Akan meningkatkan keunggulan bersaing.

Tindakan yang tidak etis, bagi perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang

menjunjung tinggi nilai-nilai etika pada umumnya perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis misalnya diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karier. Karyawan yang berkualitas adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan oleh karena itu semaksimal mungkin harus tetap dipertahankan.

Untuk memudahkan penerapan etika perusahaan dalam kegiatan sehari-hari maka nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis harus dituangkan kedalam manajemen korporasi yakni dengan cara :

Menuangkan etika bisnis dalam suatu kode etik (*code of conduct*)
Memperkuat sistem pengawasan
Menyelenggarakan pelatihan (*training*) untuk karyawan secara terus menerus. Ketentuan tersebut seharusnya diwajibkan untuk dilaksanakan, minimal oleh para pemegang saham, sebagaimana dilakukan oleh perusahaan yang tercatat di NYSE (antara lain PT. TELKOM dan PT. INDOSAT) dimana diwajibkan untuk membuat berbagai peraturan perusahaan yang sangat ketat sesuai dengan ketentuan dari Sarbannes Oxley yang diterbitkan dengan maksud untuk mencegah terulangnya kasus Enron dan Worldcom.

Kebutuhan tenaga dunia bisnis yang bermoral dan beretika saat ini sudah sangat diharapkan semua pihak apalagi dengan semakin pesatnya perkembangan globalisasi di muka bumi ini. Dengan adanya moral dan etika dalam dunia bisnis serta kesadaran semua pihak untuk melaksanakannya, kita yakin dapat menjadikan perusahaan menjadi kokoh.

b. Etika bisnis dalam periklanan

Berbicara mengenai etika bisnis, kita akan masuk pada pembicaraan yang sifatnya abstrak. Ada dua hal yang perlu dimengerti mengenai etika bisnis, yaitu pemahaman tentang kata etika dan bisnis. Etika, merupakan seperangkat kesepakatan umum yang mengatur hubungan antar individu, individu dengan masyarakat dan masyarakat dengan masyarakat. Etika diperlukan untuk menciptakan hubungan yang tidak saling merugikan.

Semua bentuk masyarakat atau kelompok masyarakat memiliki perangkat aturan, baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Perangkat aturan tersebut bertujuan menjamin berlangsungnya hubungan baik antar anggotanya. Hal yang sama juga terjadi dalam dunia bisnis. Di

dunia bisnis terdapat pula seperangkat aturan yang mengatur relasi antar pelaku bisnis. Perangkat aturan ini dibutuhkan agar hubungan bisnis yang terjalin berlangsung fair.

Perangkat aturan tersebut bisa berupa undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan presiden, peraturan perusahaan, dan lain sebagainya. Aturan itu mengatur hubungan internal dalam dunia bisnis, seperti bagaimana melakukan bisnis, berhubungan dengan sesama pelaku bisnis. Dalam kerangka yang lebih luas kita juga mengenal istilah code of conduct, ISO (*International Organization for Standardization*), dan sebagainya.

Dalam beberapa tahun terakhir juga dikenal istilah Global Compact, Decent Works, Corporate Social Responsibility, yang bertujuan mengatur pelaku bisnis agar menjalankan bisnisnya dengan fair dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Lingkungan tersebut adalah masyarakat sekitar, lingkungan alam, dan hak asasi manusia.

Jadi, secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil (*fairness*), sesuai dengan hukum yang berlaku (*legal*), dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Menurut Dawam Rahardjo, etika bisnis beroperasi pada tiga tingkat yaitu individu, organisasi, dan sistem. Pada tingkat individu, etika bisnis mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang atas tanggungjawab pribadinya dan kesadaran sendiri, baik sebagai penguasa maupun manajer. Pada tingkat organisasi, seseorang sudah terikat pada kebijakan perusahaan dan persepsi perusahaan tentang tanggungjawab sosialnya. Pada tingkat sistem, seseorang menjalankan kewajiban atau tindakan berdasarkan sistem etika tertentu. Realitasnya, para pelaku bisnis terkadang sering tidak mengindahkan etika. Nilai moral yang selaras dengan etika bisnis, misalnya toleransi, kesetiaan, kepercayaan, persamaan, emosi atau religiusitas, seringkali kalah dalam upaya maksimalisasi laba melalui sikap yang individualistis melalui konflik dan persaingan yang tidak sehat.

Hal ini tidak hanya terjadi di Dunia Barat, tetapi juga dilakukan oleh para pebisnis di Dunia Timur. Di dalam bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara. Bahkan tindakan yang berbau kriminal pun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan. Kalau sudah demikian, pengusaha yang menjadi penggerak motor perekonomian akan berubah menjadi binatang ekonomi. Terjadinya perbuatan tercela dalam dunia bisnis tampaknya tidak menampakan kecenderungan tetapi sebaliknya, makin hari semakin meningkat. Tindakan mark up, ingkar janji, tidak mengindahkan kepentingan masyarakat, tidak memperhatikan sumberdaya alam maupun tindakan kolusi dan suap merupakan segelintir contoh pengabdian para pengusaha terhadap etika bisnis.

Perubahan perdagangan dunia menuntut segera dibenahinya etika bisnis agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik. Salah satunya adalah melalui iklan. Promosi dan iklan dinilai efektif menarik calon pembeli, namun belakangan banyak promosi dan iklan yang tidak lagi sesuai dengan penawaran yang sebenarnya dilakukan produsen atau penjual, bahkan cenderung membohongi publik. Salah satu modus yang sering dijadikan alat 'pembohongan publik' adalah penawaran khusus yang disertai dengan sejumlah pembatasan yang dikenal dengan terminologi *terms and condition apply* atau "syarat dan ketentuan berlaku". Entah disengaja atau tidak, perusahaan ritel, sering kali tidak menjelaskan secara rinci batasan-batasan yang menyertai penawaran khusus tersebut.

Bab 9

Perbandingan Kode Etik Beberapa Profesi

Menyebutkan sistem nilai budaya terdiri dari konsepi-konsepi yang hidup dalam alam pikiran sebagian besar keluarga masyarakat, mengenai hal-hal yang harus mereka anggap bernilai dalam hidup.

John Dewey

Value is any object of social interest

Endang Sumantri

Sesuatu yang berharga, yang penting dan berguna serta menyenangkan dalam kehidupan manusia yang dipengaruhi pengetahuan dan sikap yang ada pada diri atau hati nuraninya.

Kosasih Jahiri

Tuntunan mengenai apa yang baik, benar dan adil

M.I. Soelaeman

Agama diarahkan pada perintah dan larangan, dorongan dan cegahan, pujian dan kecaman, harapan dan penyesalan, ukuran baik buruk, benar salah, patuh tidak patuh, adil tidak adil

Darji

Nilai ialah yang berguna bagi kehidupan manusia jasmani dan rohani
Encylopedi Brittanca 963

Nilai kualitas dari sesuatu objek yang menyangkut jenis apresiasi atau minat.

(Rokeach, 1973 hal. 5)

"Value is an enduring belief that a specific mode of conduct or end-state of existence is personally or socially preferable to an opposite or converse mode of conduct or end-state of existence."

(Feather, 1994 hal. 184)

"Value is a general beliefs about desirable or undesirable ways of behaving and about desirable or undesirable goals or end-states."

(Schwartz, 1994 hal. 21)

"Value as desirable transsituatioanal goal, varying in importance, that serve as guiding principles in the life of a person or other social entity."

Lebih lanjut Schwartz (1994) juga menjelaskan bahwa nilai adalah:

1. Suatu keyakinan,
2. Berkaitan dengan cara bertingkah laku atau tujuan akhir tertentu,
3. Melampaui situasi spesifik,
4. Mengarahkan seleksi atau evaluasi terhadap tingkah laku, individu, dan kejadian-kejadian, serta tersusun berdasarkan derajat kepentingannya.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, terlihat kesamaan pemahaman tentang nilai, yaitu:

- a. Suatu keyakinan,
- b. Berhubungan dengan cara bertingkah laku dan tujuan akhir tertentu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai adalah suatu keyakinan mengenai cara bertingkah laku dan tujuan akhir yang diinginkan individu, dan digunakan sebagai prinsip atau standar dalam hidupnya.

Jadi, dalam membentuk tipologi dari nilai-nilai, Schwartz mengemukakan teori bahwa nilai berasal dari tuntutan manusia yang universal sifatnya yang direfleksikan dalam kebutuhan organisme, motif sosial (interaksi), dan tuntutan institusi sosial (Schwartz & Bilsky, 1987). Ketiga hal tersebut membawa implikasi terhadap nilai sebagai sesuatu yang diinginkan. Schwartz menambahkan bahwa sesuatu yang diinginkan itu dapat timbul dari minat kolektif (tipe nilai *benevolence, tradition, conformity*) atau berdasarkan prioritas pribadi / individual (*power, achievement, hedonism, stimulation, self-direction*), atau kedua-duanya (*universalism, security*).

Nilai individu biasanya mengacu pada kelompok sosial tertentu atau disosialisasikan oleh suatu kelompok dominan yang memiliki nilai tertentu (misalnya pengasuhan orang tua, agama, kelompok tempat

kerja) atau melalui pengalaman pribadi yang unik (Feather, 1994; Grube, Mayton II & Ball-Rokeach, 1994; Rokeach, 1973;

Schwartz, 1994).

Nilai sebagai sesuatu yang lebih diinginkan harus dibedakan dengan yang hanya 'diinginkan', di mana 'lebih diinginkan' mempengaruhi seleksi berbagai modus tingkah laku yang mungkin dilakukan individu atau mempengaruhi pemilihan tujuan akhir tingkah laku (Kluckhohn dalam Rokeach, 1973). 'Lebih diinginkan' ini memiliki pengaruh lebih besar dalam mengarahkan tingkah laku, dan dengan demikian maka nilai menjadi tersusun berdasarkan derajat kepentingannya.

Sebagaimana terbentuknya, nilai juga mempunyai karakteristik tertentu untuk berubah. Karena nilai diperoleh dengan cara terpisah, yaitu dihasilkan oleh pengalaman budaya, masyarakat dan pribadi yang tertuang dalam struktur psikologis individu (Danandjaja, 1985), maka nilai menjadi tahan lama dan stabil (Rokeach, 1973). Jadi nilai memiliki kecenderungan untuk menetap, walaupun masih mungkin berubah oleh hal-hal tertentu. Salah satunya adalah bila terjadi perubahan sistem nilai budaya di mana individu tersebut menetap (Danandjaja, 1985).

Dari hasil penelitiannya di 44 negara, Schwartz (1992, 1994) mengemukakan adanya 10 tipe nilai (*value types*) yang dianut oleh manusia, yaitu :

1. ***Power***

Tipe nilai ini merupakan dasar pada lebih dari satu tipe kebutuhan yang universal, yaitu transformasi kebutuhan individual akan dominasi dan kontrol yang diidentifikasi melalui analisa terhadap motif sosial. Tujuan utama dari tipe nilai ini adalah pencapaian status sosial dan prestise, serta kontrol atau dominasi terhadap orang lain atau sumberdaya tertentu. Nilai khusus (*spesific values*) tipe nilai ini adalah : *social power, authority, wealth, preserving my public image* dan *social recognition*.

2. ***Achievement***

Tujuan dari tipe nilai ini adalah keberhasilan pribadi dengan menunjukkan kompetensi sesuai standar sosial. Unjuk kerja yang kompeten menjadi kebutuhan bila seseorang merasa perlu untuk mengembangkan dirinya, serta jika interaksi sosial dan institusi menuntutnya. Nilai khusus yang terdapat pada tipe nilai ini adalah: *succesful, capable, ambitious, influential*.

3. *Hedonism*

Tipe nilai ini bersumber dari kebutuhan organismik dan kenikmatan yang diasosiasikan dengan pemuasan kebutuhan tersebut. Tipe nilai ini mengutamakan kesenangan dan kepuasan untuk diri sendiri. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *pleasure, enjoying life*.

4. *Stimulation*

Tipe nilai ini bersumber dari kebutuhan organismik akan variasi dan rangsangan untuk menjaga agar aktivitas seseorang tetap pada tingkat yang optimal.

Unsur biologis mempengaruhi variasi dari kebutuhan ini, dan ditambah pengaruh pengalaman sosial, akan menghasilkan perbedaan individual tentang pentingnya nilai ini. Tujuan motivasional dari tipe nilai ini adalah kegairahan, tantangan dalam hidup. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *daring, varied life, exciting life*.

5. *Self-direction*

Tujuan utama dari tipe nilai ini adalah pikiran dan tindakan yang tidak terikat (*independent*), seperti memilih, mencipta, menyelidiki. *Self-direction* bersumber dari kebutuhan organismik akan kontrol dan penguasaan (*mastery*), serta interaksi dari tuntutan otonomi dan ketidakterikatan. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *creativity, curious, freedom, choosing own goals, independent*.

6. *Universalism*

Tipe nilai ini termasuk nilai-nilai kematangan dan tindakan prososial. Tipe nilai ini mengutamakan penghargaan, toleransi, memahami orang lain, dan perlindungan terhadap kesejahteraan umat manusia. Contoh nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *broad-minded, social justice, equality, wisdom, inner harmony*.

7. *Benevolence*

Tipe nilai ini lebih mendekati definisi sebelumnya tentang konsep prososial. Bila prososial lebih pada kesejahteraan semua orang pada semua kondisi, tipe nilai *benevolence* lebih kepada orang lain yang dekat dari interaksi sehari-hari. Tipe ini dapat berasal dari dua macam kebutuhan, yaitu kebutuhan interaksi yang positif untuk mengembangkan kelompok, dan kebutuhan organismik akan afiliasi. Tujuan motivasional dari tipe nilai ini adalah peningkatan kesejahteraan individu yang terlibat dalam kontak personal yang intim. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini

adalah : *helpful, honest, forgiving, responsible, loyal, true friendship, mature love.*

8. **Tradition**

Kelompok dimana-mana mengembangkan simbol-simbol dan tingkah laku yang merepresentasikan pengalaman dan nasib mereka bersama. Tradisi sebagian besar diambil dari ritus agama, keyakinan, dan norma bertingkah laku. Tujuan motivasional dari tipe nilai ini adalah penghargaan, komitmen, dan penerimaan terhadap kebiasaan, tradisi, adat istiadat, atau agama. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *humble, devout, accepting my portion in life, moderate, respect for tradition.*

9. **Conformity**

Tujuan dari tipe nilai ini adalah pembatasan terhadap tingkah laku, dorongan-dorongan individu yang dipandang tidak sejalan dengan harapan atau norma sosial. Ini diambil dari kebutuhan individu untuk mengurangi perpecahan sosial saat interaksi dan fungsi kelompok tidak berjalan dengan baik. Nilai khusus yang Termasuk tipe nilai ini adalah : *politeness, obedient, honoring parents and elders, self discipline.*

10. **Security**

Tujuan motivasional tipe nilai ini adalah mengutamakan keamanan, harmoni, dan stabilitas masyarakat, hubungan antar manusia, dan diri sendiri. Ini berasal dari kebutuhan dasar individu dan kelompok. Tipe nilai ini merupakan pencapaian dari dua minat, yaitu individual dan kolektif. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *national security, social order, clean, healthy, reciprocation of favors, family security, sense of belonging.*

Struktur Hubungan Nilai.

Selain adanya 10 tipe nilai ini, Schwartz juga berpendapat bahwa terdapat suatu struktur yang menggambarkan hubungan di antara nilai-nilai tersebut. Untuk mengidentifikasi struktur hubungan antar nilai, asumsi yang dipegang adalah bahwa pencapaian suatu tipe nilai mempunyai konsekuensi psikologis, praktis, dan sosial yang dapat berkonflik atau sebaliknya berjalan seiring (*compatible*) dengan pencapaian tipe nilai lain. Misalnya, pencapaian nilai achievement akan berkonflik dengan pencapaian nilai benevolence, karena individu yang mengutamakan kesuksesan pribadi dapat merintangai usahanya

meningkatkan kesejahteraan orang lain. Sebaliknya, pencapaian nilai *benevolence* dapat berjalan selaras dengan pencapaian nilai *conformity* karena keduanya berorientasi pada tingkah laku yang dapat diterima oleh kelompok sosial.

Pencapaian nilai yang seiring satu dengan yang lain menghasilkan sistem hubungan antar nilai sebagai berikut :

1. Tipe nilai *power* dan *achievement*, keduanya menekankan pada superioritas sosial dan harga diri
2. Tipe nilai *achievement* dan *hedonism*, keduanya menekankan pada pemuasan yang terpusat pada diri sendiri
3. Tipe nilai *hedonism* dan *stimulation*, keduanya menekankan keinginan untuk memenuhi keingintahuan dalam diri
4. Tipe nilai *stimulation* dan *self-direction*, keduanya menekankan minat intrinsik dalam bidang baru atau menguasai suatu bidang
5. Tipe nilai *self-direction* dan *universalism*, keduanya mengekspresikan keyakinan terhadap keputusan atau penilaian diri dan pengakuan terhadap adanya keragaman dari hakekat kehidupan
6. Tipe nilai *universalism* dan *benevolence*, keduanya menekankan orientasi kesejahteraan orang lain dan tidak mengutamakan kepentingan pribadi
7. Tipe nilai *benevolence* dan *conformity*, keduanya menekankan tingkah laku normatif yang menunjang interaksi intim antar pribadi
8. Tipe nilai *benevolence* dan *tradition*, keduanya mengutamakan pentingnya arti suatu kelompok tempat individu berada
9. Tipe nilai *conformity* dan *tradition*, keduanya menekankan pentingnya memenuhi harapan sosial di atas kepentingan diri sendiri
10. Tipe nilai *tradition* dan *security*, keduanya menekankan pentingnya aturan-aturan sosial untuk memberi kepastian dalam hidup
11. Tipe nilai *conformity* dan *security*, keduanya menekankan perlindungan terhadap aturan dan harmoni dalam hubungan sosial
12. Tipe nilai *security* dan *power*, keduanya menekankan perlunya mengatasi ancaman ketidakpastian dengan cara mengontrol hubungan antar manusia dan sumberdaya yang ada.

Berdasarkan adanya tipe nilai yang sejalan dan berkonflik, Schwartz menyimpulkan bahwa tipe nilai dapat diorganisasikan dalam dimensi bipolar, yaitu :

1. Dimensi *openness to change* yang mengutamakan pikiran dan tindakan independen yang berlawanan dengan dimensi *conservation* yang mengutamakan batasan-batasan terhadap tingkah laku, ketaatan

terhadap aturan tradisional, dan perlindungan terhadap stabilitas. Dimensi *openness to change* berisi tipe nilai *stimulation* dan *self direction*, sedangkan dimensi *conservation* berisi tipe nilai *conformity*, *tradition*, dan *security*.

2. Dimensi yang kedua adalah dimensi *self-transcendence* yang menekankan penerimaan bahwa manusia pada hakekatnya sama dan memperjuangkan kesejahteraan sesama yang berlawanan dengan dimensi *self-enhancement* yang mengutamakan pencapaian sukses individual dan dominasi terhadap orang lain. Tipe nilai yang termasuk dalam dimensi *self-transcendence* adalah *universalism* dan *benevolence*. Sedangkan tipe nilai yang termasuk dalam dimensi *self-enhancement* adalah *achievement* dan *power*. Tipe nilai hedonism berkaitan baik dengan dimensi *self-enhancement* maupun *openness to change*.

Fungsi Nilai.

Fungsi utama dari nilai dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai sebagai standar (Rokeach, 1973; Schwartz, 1992, 1994), fungsinya ialah:
 - 1) Membimbing individu dalam mengambil posisi tertentu dalam *social issues* tertentu (Feather, 1994).
 - 2) Mempengaruhi individu untuk lebih menyukai ideologi politik tertentu dibanding ideologi politik yang lain.
 - 3) Mengarahkan cara menampilkan diri pada orang lain.
 - 4) Melakukan evaluasi dan membuat keputusan.
 - 5) Mengarahkan tampilan tingkah laku membujuk dan mempengaruhi orang lain, memberitahu individu akan keyakinan, sikap, nilai dan tingkah laku individu lain yang berbeda, yang bisa diprotes dan dibantah, bisa dipengaruhi dan diubah.

Sistim nilai sebagai rencana umum dalam memecahkan konflik dan pengambilan keputusan (Feather, 1995; Rokeach, 1973; Schwartz, 1992, 1994). Situasi tertentu secara tipikal akan mengaktifasi beberapa nilai dalam sistim nilai individu. Umumnya nilai-nilai yang teraktivasi adalah nilai-nilai yang dominan pada individu yang bersangkutan.

- b. Fungsi motivasional
Fungsi langsung dari nilai adalah mengarahkan tingkah laku individu dalam situasi sehari-hari, sedangkan fungsi tidak langsungnya adalah

untuk mengekspresikan kebutuhan dasar sehingga nilai dikatakan memiliki fungsi motivasional. Nilai dapat memotivasi individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu (Rokeach, 1973; Schwartz, 1994), memberi arah dan intensitas emosional tertentu terhadap tingkah laku (Schwartz, 1994). Hal ini didasari oleh teori yang menyatakan bahwa nilai juga merepresentasikan kebutuhan (termasuk secara biologis) dan keinginan, selain tuntutan sosial (Feather, 1994; Grube dkk., 1994).

c. Nilai Sebagai Keyakinan (Belief)

Dari definisinya, nilai adalah keyakinan (Rokeach, 1973; Schwartz, 1994; Feather, 1994) sehingga pembahasan nilai sebagai keyakinan perlu untuk memahami keseluruhan teori nilai, terutama keterkaitannya dengan tingkah laku. Nilai itu sendiri merupakan keyakinan yang tergolong preskriptif atau proskriptif, yaitu beberapa cara atau akhir tindakan dinilai sebagai diinginkan atau tidak diinginkan. Hal ini sesuai dengan definisi dari Allport bahwa nilai adalah suatu keyakinan yang melandasi seseorang untuk bertindak berdasarkan pilihannya (dalam Rokeach, 1973). Robinson dkk. (1991) mengemukakan bahwa keyakinan, dalam konsep Rokeach, bukan hanya pemahaman dalam suatu skema konseptual, tapi juga predisposisi untuk bertingkah laku yang sesuai dengan perasaan terhadap obyek dari keyakinan tersebut.

Pengukuran Nilai.

Selama ini pengukuran nilai didasarkan kepada hasil evaluasi diri yang dilaporkan oleh individu ke dalam suatu skala pengukuran (mis. Rokeach value survey, Schwartz value survey). Evaluasi diri membutuhkan pemahaman kognitif maupun afektif terhadap diri sendiri, termasuk untuk membedakan antara nilai ideal normatif dan nilai faktual yang ada saat ini. Sejalan dengan hal ini, Schwartz, Verkasalo, Antonovsky dan Sagiv (1997) melihat hubungan antara respon terhadap social desirability dan skala nilai berdasarkan pelaporan diri. Mereka membuktikan bahwa terjadi bias pada pengukuran nilai yang mengandung aspek social desirability tinggi, yaitu pada tipe nilai hedonism, stimulation, self-direction, achievement dan power. Jadi pengukuran nilai yang menggunakan skala pelaporan diri pada penelitian yang banyak dipengaruhi aspek social desirability seperti dalam penelitian ini (mis. tingkah laku seksual) kurang baik.

Cara lain yang digunakan untuk mengetahui nilai individu adalah dengan teknik wawancara. Teknik ini telah digunakan oleh Rokeach (1973) untuk menggali nilai-nilai apa saja yang dimiliki seseorang. Ia melakukan wawancara dengan para responden yang dimintanya untuk menjawab pertanyaan tentang nilai apa yang menjadi tujuan akhir mereka.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, nilai-nilai seseorang akan tampak dalam beberapa indikator:

- a. Berkaitan dengan definisi nilai sebagai cara bertingkah laku dan tujuan akhir tertentu, maka indikator pertama adalah pernyataan tentang keinginan-keinginan, prinsip hidup dan tujuan hidup seseorang.
- b. Indikator berikutnya adalah tingkah laku subyek dalam kehidupannya sehari-hari. Nilai berpengaruh terhadap bagaimana seseorang bertingkah laku, memberi arah pada tingkah laku dan memberi pedoman untuk memilih tingkah laku yang diinginkan. Jadi tingkah laku seseorang mencerminkan nilai-nilai yang dianutnya. Dari tingkah laku dapat dilihat apa yang menjadi prioritasnya, apa yang lebih diinginkan oleh seseorang.
- c. Fungsi nilai adalah memotivasi tingkah laku. Seberapa besar seseorang berusaha mencapai apa yang diinginkannya dan intensitas emosional yang diatribusikan terhadap usahanya tersebut, dapat menjadi ukuran tentang kekuatan nilai yang dianutnya.
- d. Salah satu fungsi dari nilai adalah dalam memecahkan konflik dan mengambil keputusan. Dalam keadaan-keadaan dimana seseorang harus mengambil keputusan dari situasi yang menimbulkan konflik, nilainya yang dominan akan teraktivasi. Jadi, apa keputusan seseorang dalam situasi konflik tersebut dapat dijadikan indikator tentang nilai yang dianutnya.

Fungsi lain dari nilai adalah membimbing individu dalam mengambil posisi tertentu dalam suatu topik sosial tertentu dan mengevaluasinya. Jadi apa pendapat seseorang tentang suatu topik tertentu dan bagaimana ia mengevaluasi topik tersebut, dapat menggambarkan nilai-nilainya.

Norma

1. Pengertian Norma.

Norma adalah aturan yang berlaku di kehidupan bermasyarakat. Aturan yang bertujuan untuk mencapai kehidupan masyarakat yang aman, tertib dan

sentosa. Namun masih ada segelintir orang yang masih melanggar norma-norma dalam masyarakat, itu dikarenakan beberapa faktor, diantaranya adalah faktor pendidikan, ekonomi dan lain-lain.

Norma terdiri dari beberapa macam, antara lain yaitu :

- a. Norma Agama
- b. Norma Kesusilaan
- c. Norma Kesopanan
- d. Norma Kebiasaan (Habit)
- e. Norma Hukum

2. Norma Yang Berlaku Dalam Masyarakat.

a. Norma Agama

Adalah suatu norma yang berdasarkan ajaran aqidah suatu agama. Norma ini bersifat mutlak yang mengharuskan ketaatan para penganutnya. Apabila seseorang tidak memiliki iman dan keyakinan yang kuat, orang tersebut cenderung melanggar norma-norma agama. Norma ini merupakan peraturan hidup yang harus diterima manusia sebagai perintah-perintah, larangan-larangan dan ajaran-ajaran yang bersumber dari Tuhan Yang Maha Esa. Pelanggaran terhadap norma ini akan mendapat hukuman dari Tuhan Yang Maha Esa berupa “siksa” kelak di akhirat. Contoh norma agama ini diantaranya ialah:

- 1) “Kamu dilarang membunuh”.
- 2) “Kamu dilarang mencuri”.
- 3) “Kamu harus patuh kepada orang tua”.
- 4) “Kamu harus beribadah”.
- 5) “Kamu jangan menipu”.

b. Norma Kesusilaan

Norma ini didasarkan pada hati nurani atau ahlak manusia. Melakukan pelecehan seksual adalah salah satu dari pelanggaran dari norma kesusilaan. Dengan kata lain norma kesusilaan merupakan peraturan hidup yang berasal dari suara hati sanubari manusia. Pelanggaran norma kesusilaan ialah pelanggaran perasaan yang berakibat penyesalan. Norma kesusilaan bersifat umum dan universal, dapat diterima oleh seluruh umat manusia.

Contoh norma ini diantaranya ialah :

- 1) “Kamu tidak boleh mencuri milik orang lain”.
- 2) “Kamu harus berlaku jujur”.
- 3) “Kamu harus berbuat baik terhadap sesama manusia”.
- 4) “Kamu dilarang membunuh sesama manusia”.

Bab 10

Kode Etik Profesi Manajemen di Indonesia dan Penerapannya

Profesi adalah suatu pekerjaan yang melaksanakan tugasnya memerlukan atau menuntut keahlian (*expertise*), menggunakan teknik-teknik ilmiah, serta dedikasi yang tinggi. Keahlian yang diperoleh dari lembaga pendidikan khusus diperuntukkan untuk itu dengan kurikulum yang dapat dipertanggungjawabkan. Seseorang yang menekuni suatu profesi tertentu disebut professional, sedangkan professional sendiri mempunyai makna yang mengacu kepada sebutan orang yang menyandang suatu profesi dan sebutan tentang penampilan seseorang dalam mewujudkan unjuk kerja sesuai dengan profesinya.

Etika profesi menurut keiser dalam (Suhrawardi Lubis, 1994:6-7) adalah sikap hidup berupa keadilan untuk memberikan pelayanan professional terhadap masyarakat dengan penuh ketertiban dan keahlian sebagai pelayanan dalam rangka melaksanakan tugas berupa kewajiban terhadap masyarakat.

Kode etik profesi adalah sistem norma, nilai dan aturan professional tertulis yang secara tegas menyatakan apa yang benar dan baik, dan apa yang tidak benar dan tidak baik bagi professional. Kode etik menyatakan perbuatan apa yang benar atau salah, perbuatan apa yang harus dilakukan dan apa yang harus dihindari. Tujuan kode etik yaitu agar professional memberikan jasa sebaik-baiknya kepada pemakai atau nasabahnya. Dengan adanya kode etik akan melindungi perbuatan yang tidak professional.

Kode etik profesi itu merupakan sarana untuk membantu para pelaksana sebagai seseorang yang professional supaya tidak dapat merusak etika profesi.

Hal-hal pokok yang merupakan fungsi dari kode etik profesi:

- a) *Kode etik profesi memberikan pedoman bagi setiap anggota profesi tentang prinsip profesionalitas yang digariskan.* Maksudnya bahwa dengan kode etik profesi, pelaksana profesi mampu mengetahui suatu hal yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan.
- b) *Kode etik profesi merupakan sarana kontrol sosial bagi masyarakat atas profesi yang bersangkutan.* Maksudnya bahwa etika profesi dapat memberikan suatu pengetahuan kepada masyarakat agar juga dapat memahami arti pentingnya suatu profesi, sehingga memungkinkan pengontrolan terhadap para pelaksana di lapangan kerja (kalangan sosial).
- c) *Kode etik profesi mencegah campur tangan pihak di luar organisasi profesi tentang hubungan etika dalam keanggotaan profesi.* Arti tersebut dapat dijelaskan bahwa para pelaksana profesi pada suatu instansi atau perusahaan yang lain tidak boleh mencampuri pelaksanaan profesi di lain instansi atau perusahaan.
- d) Dalam lingkup TI, kode etik profesinya memuat kajian ilmiah mengenai prinsip atau norma-norma dalam kaitan dengan hubungan antara professional atau developer TI dengan klien, antara para professional sendiri, antara organisasi profesi serta organisasi profesi dengan pemerintah. Salah satu bentuk hubungan seorang profesional dengan klien (pengguna jasa) misalnya pembuatan sebuah program aplikasi.

Seorang profesional tidak dapat membuat program semauanya, ada beberapa hal yang harus ia perhatikan seperti untuk apa program tersebut nantinya digunakan oleh kliennya atau *user*, ia dapat menjamin keamanan (*security*) sistem kerja program aplikasi tersebut dari pihak-pihak yang dapat mengacaukan sistem kerjanya (misalnya: *hacker, cracker, dll*). Kode etik profesi Informatikawan merupakan bagian dari etika profesi.

Jika para profesional TI melanggar kode etik, mereka dikenakan sanksi moral, sanksi sosial, dijauhi, di-banned dari pekerjaannya, bahkan mungkin dicopot dari jabatannya.

Kita pun tidak boleh bersikap diskrimatif dan tebang pilih dalam menegakkan hukum di Indonesia. Kode etik dan sumpah jabatan harus ditegakkan dengan sungguh-sungguh. Profesi apa pun sesungguhnya tidak memiliki kekebalan di bidang hukum. Kita harus mengakhiri praktik-praktik

curang dan penuh manipulatif dari sebagian elite masyarakat. Ini penting dilakukan, kalau Indonesia ingin menjadi sebuah Negara dan Bangsa yang bermartabat. Pelanggaran kode etik profesi merupakan pelanggaran yang dilakukan oleh sekelompok profesi yang tidak mencerminkan atau memberi petunjuk kepada anggotanya bagaimana seharusnya berbuat dan sekaligus menjamin mutu profesi itu dimata masyarakat.

Kode etik disusun oleh organisasi profesi sehingga masing-masing profesi memiliki kode etik tersendiri. Misalnya kode etik dokter, guru, pustakawan, pengacara, Pelanggaran kode etik tidak diadili oleh pengadilan karena melanggar kode etik tidak selalu berarti melanggar hukum.

Berapa penelitian yang telah dilakukan menyebutkan bahwa, ada pun yang menjadi penyebab mengapa terjadi pelanggaran kode etik yaitu;

1. Tidak berjalannya kontrol dan pengawasan dari masyarakat
2. Organisasi profesi tidak di lengkapi dengan sarana dan mekanisme bagi masyarakat untuk menyampaikan keluhan
3. Rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai substansi kode etik profesi, karena buruknya pelayanan sosialisasi dari pihak profesi sendiri.
4. Belum terbentuknya kultur dan kesadaran dari para pengemban profesi untuk menjaga martabat luhur profesinya tidak adanya kesadaran etis da moralitas diantara para pengemban profesi untuk menjaga martabat luhur profesinya.

Kata kode etik terdiri dari dua suku kata, yaitu kode, dan etik. Kata kode berarti tanda-tanda atau simbol-simbol yang berupa kata-kata, tulisan atau benda yang disepakati untuk maksud-maksud tertentu, misalnya untuk menjamin suatu berita, keputusan atau suatu kesepakatan suatu organisasi. Kode juga dapat berarti kumpulan peraturan yang sistematis. Sedangkan etik berarti nilai mengenai benar salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Dari arti di atas, kode etik dapat dipahami sebagai kumpulan asas, norma, atau nilai moral yang diterima oleh suatu kelompok tertentu sebagai landasan tingkah laku sehari-hari di masyarakat maupun di tempat kerja. Sedangkan menurut UU No. 8 Pokok-pokok Kepegawaian, kode etik profesi adalah pedoman sikap, tingkah laku dan perbuatan dalam melaksanakan tugas dan dalam kehidupan sehari-hari.

Profesi merupakan sebuah bidang pekerjaan tertutup di mana orang-orang yang ada di dalamnya memiliki latar belakang pendidikan dan keahlian yang sama. Terkait dengan itu, dengan sendirinya seseorang dituntut memiliki sikap, perilaku bahkan kepribadian. Kode etik profesi lahir untuk menjawab kedua

persoalan di atas. Sebagai seperangkat norma yang mengatur sikap dan perilaku orang-orang atau lembaga yang sesuai dengan profesi yang disandangnya baik ketika menjalankan tugas kedinasan maupun di luar tugas kedinasan, secara internal kode etik profesi menjadi semacam pagar moral bagi para anggotanya. Sedangkan secara eksternal, kode etik profesi akan menjadi pegangan bagi masyarakat umum mempercayai bahwa para anggota masyarakat profesi tersebut memiliki moral yang bisa dipercaya.

Kode etik profesi sebetulnya tidak merupakan hal yang baru. Sudah lama diusahakan untuk mengatur tingkah laku moral suatu kelompok khusus dalam masyarakat melalui ketentuan-ketentuan tertulis yang diharapkan akan dipegang teguh oleh seluruh kelompok itu. Salah satu contoh tertua adalah Sumpah Hipokrates, yang dipandang sebagai kode etik pertama untuk profesi dokter. Hipokrates adalah dokter Yunani kuno yang digelari Bapak Ilmu Kedokteran. Beliau hidup dalam abad ke-5 SM. Menurut ahli-ahli sejarah belum tentu sumpah ini merupakan buah pena Hipokrates sendiri, tetapi setidaknya berasal dari kalangan murid-muridnya dan meneruskan semangat profesional yang diwariskan oleh dokter Yunani ini.

Kode etik yang ada dalam masyarakat Indonesia cukup banyak dan bervariasi. Umumnya pemilik kode etik adalah organisasi kemasyarakatan yang bersifat nasional, misalnya Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), kode etik Ikatan Penasehat Hukum Indonesia, Kode Etik Jurnalistik Indonesia, Kode Etik Advokasi Indonesia dan lain-lain. Ada sekitar tiga puluh organisasi kemasyarakatan yang telah memiliki kode etik. Suatu gejala agak baru adalah bahwa sekarang ini perusahaan-perusahaan swasta cenderung membuat kode etik sendiri. Rasanya dengan itu mereka ingin memamerkan mutu etisnya dan sekaligus meningkatkan kredibilitasnya dan karena itu pada prinsipnya patut dinilai positif.

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa profesi memegang teguh komitmen moral. Komitmen moral tersebut menunjukkan bahwa tidak semua pekerjaan adalah profesi. Bahkan tidak semua pekerjaan yang mengandalkan keahlian dan ketrampilan khusus, serta dijalankan sebagai nafkah hidup adalah profesi. Suatu pekerjaan dianggap sebagai profesi dalam pengertian sesungguhnya hanya bila pekerjaan itu melibatkan komitmen moral yang tinggi dari pelakunya. Maka pekerjaan yang bertentangan dengan moralitas dan melibatkan praktek-praktek yang curang, tidak bisa dianggap sebagai profesi dalam pengertian yang sesungguhnya.

Fenomena akan keberadaan kode etik profesi merupakan hal yang menarik untuk diperhatikan. Hal ini terutama jika dikaitkan dengan besarnya tuntutan publik terhadap dunia usaha yang pada umumnya mengedepankan etika dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Sehingga masyarakat umum menyebut profesi adalah suatu moral *community* (masyarakat moral) yang memiliki cita-cita dan nilai-nilai bersama. Tuntutan ini kemudian direspon dengan antara lain membuat kode etik atau kode perilaku. Scwhartz (dalam Ludigdo, 2007) menyebutkan kode etik sebagai dokumen formal yang tertulis dan membedakan yang terdiri dari standar moral untuk membantu mengarahkan perilaku karyawan dan organisasi. Kode etik profesi dapat menjadi penyeimbang segi-segi negative dari suatu profesi, sehingga kode etik ibarat kompas yang menunjukkan arah moral bagi suatu profesi dan sekaligus juga menjamin mutu moral profesi itu dimata masyarakat.

Selanjutnya ada beberapa alasan mengapa kode etik perlu untuk dibuat. Beberapa alasan tersebut adalah:

1. Kode etik merupakan suatu cara untuk memperbaiki iklim organisasional sehingga individu-individu dapat berperilaku secara etis.
2. Kontrol etis diperlukan karena sistem legal dan pasar tidak cukup mampu mengarahkan perilaku organisasi untuk mempertimbangkan dampak moral dalam setiap keputusan bisnisnya.
3. Perusahaan memerlukan kode etik untuk menentukan status bisnis sebagai sebuah profesi, dimana kode etik merupakan salah satu penandanya.
4. Kode etik dapat juga dipandang sebagai upaya menginstitutionalisasi moral dan nilai-nilai pendiri perusahaan, sehingga kode etik tersebut menjadi bagian dari budaya perusahaan dan membantu sosialisasi individu baru dalam memasuki budaya tersebut.
5. Kode etik merupakan sebuah pesan. Sebuah profesi yang keberadannya sangat tergantung pada kepercayaan masyarakat. Sebagai sebuah profesi yang kinerjanya diukur dari profesionalismenya. Seorang profesional harus memiliki keterampilan, pengetahuan, dan karakter. Penguasaan keterampilan dan pengetahuan tidaklah cukup baginya untuk menjadi profesional. Karakter diri yang dicirikan oleh ada dan tegaknya etika profesi merupakan hal penting yang harus dikuasainya pula.

Kode Etik Profesi merupakan bagian dari etika profesi. Kode etik profesi merupakan lanjutan dari norma-norma yang lebih umum yang telah dibahas dan dirumuskan dalam etika profesi. Kode etik ini lebih memperjelas, mempertegas

dan merinci norma-norma ke bentuk yang lebih sempurna walaupun sebenarnya norma-norma tersebut sudah tersirat dalam etika profesi. Dengan demikian kode etik profesi adalah sistem norma atau aturan yang ditulis secara jelas dan tegas serta terperinci tentang apa yang baik dan tidak baik, apa yang benar dan apa yang salah dan perbuatan apa yang dilakukan dan tidak boleh dilakukan oleh seorang profesional.

Suatu rumusan kode etik seharusnya merefleksikan standar moral universal. Standar moral universal tersebut menurut Scwhartz (dalam Ludigdo, 2007) meliputi:

1. *Trustworthiness*, kepercayaan (meliputi *honesty*/kejujuran, *integrity*/ketulusan hati, *reliability*/yang dipercaya, dan *loyalty*).
2. *Respect*/penghormatan (meliputi perlindungan dan perhatian atas hak azasi manusia).
3. *Responsibility*/tanggungjawab (meliputi juga *accountability*/ hal yang harus dipertanggungjawabkan).
4. *Fairness*/ kejujuran/ keadilan/ kewajaran (meliputi penghindaran dari sifat tidak memihak dan mempromosikan persamaan).
5. *Caring*/ perhatian/ ketelitian/ perawatan/ perlindungan (meliputi misalnya penghindaran atas tindakan-tindakan yang merugikan dan tidak perlu).
6. *Citizenship*/ kewarganegaraan (meliputi penghormatan atas hukum dan perlindungan lingkungan).

Supaya kode etik dapat berfungsi dengan semestinya, salah satu syarat mutlak adalah bahwa kode etik itu dibuat oleh profesi sendiri. Kode etik tidak akan efektif kalau di drop begitu saja dari atas yaitu instansi pemerintah atau instansi-instansi lain; karena tidak akan dijiwai oleh cita-cita dan nilai-nilai yang hidup dalam kalangan profesi itu sendiri. Instansi dari luar bisa menganjurkan membuat kode etik dan barang kali dapat juga membantu dalam merumuskan, tetapi pembuatan kode etik itu sendiri harus dilakukan oleh profesi yang bersangkutan. Supaya dapat berfungsi dengan baik, kode etik itu sendiri harus menjadi hasil self regulation (pengaturan diri) dari profesi.

Dengan membuat kode etik, profesi sendiri akan menetapkan hitam atas putih niatnya untuk mewujudkan nilai-nilai moral yang dianggapnya hakiki. Hal ini tidak akan pernah bisa dipaksakan dari luar. Hanya kode etik yang berisikan nilai-nilai dan cita-cita yang diterima oleh profesi itu sendiri yang bisa mendarah daging dengannya dan menjadi tumpuan harapan untuk dilaksanakan untuk

dilaksanakan juga dengan tekun dan konsekuen. Syarat lain yang harus dipenuhi agar kode etik dapat berhasil dengan baik adalah bahwa pelaksanaannya diawasi terus menerus.

A. Pelanggaran Kode Etik Profesi

Kode etik menjembatani etika dan moralitas dengan hukum. Kode etik merupakan kaidah moral yang berlaku khusus bagi kaum profesional di bidangnya, namun dimunculkan dalam aturan tertulis. Maka meskipun kaidah moral, ia dilengkapi dan ditunjang oleh sanksi yang memungkinkan berlakunya kaidah moral ini secara lebih pasti sebagaimana berlaku dalam hukum positif pada umumnya.

Idealisme yang terkandung dalam kode etik profesi tidak sejalan dengan fakta yang terjadi di sekitar para profesional, sehingga harapan terkadang sangat jauh dari kenyataan. Memungkinkan para profesional untuk berpaling kepada kenyataan dan mengabaikan idealisme kode etik profesi. Kode etik profesi bisa menjadi pajangan tulisan berbingkai. Kode etik profesi merupakan himpunan norma moral yang tidak dilengkapi dengan sanksi keras karena keberlakuannya semata-mata berdasarkan kesadaran profesional. Memberi peluang kepada profesional yang untuk berbuat menyimpang dari kode etik profesi.

1. Penyebab Pelanggaran Kode Etik Profesi

Ada beberapa penyebab pelanggaran yang terjadi dalam suatu profesi, di antara penyebab-penyebabnya adalah:

- a. Organisasi profesi tidak dilengkapi dengan sarana dan mekaimisme bagi masyarakat untuk menyampaikan keluhan dalam suatu kode etik.
- b. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang substansi kode etik profesi dan juga karena buruknya pelayanan sosialisasi dari pihak profesi itu sendiri.
- c. Belum terbetuknya kultur dan kesadaran dari para pengemban profesi untuk menjaga martabat luhur masing-masing profesi.
- d. Kesadaran yang tidak etis dan moralitas diantara para pengemban profesi untk menjaga martabat luhur masing-masing profesi.

2. Upaya yang mungkin dilakukan dalam pelanggaran kode etik profesi

Ada beberapa upaya yang dapat dilakukan agar para profesional tidak melanggar kode etik profesi, yaitu:

- a. Klausul penundukan pada undang-undang; setiap undang-undang mencantumkan dengan tegas sanksi yang diancamkan kepada pelanggarnya. Dengan demikian, menjadi pertimbangan bagi anggotanya, tidak ada jalan lain kecuali taat, jika terjadi pelanggaran berarti warga yang bersangkutan bersedia dikenai sanksi yang cukup memberatkan atau merepotkan baginya. Ketegasan sanksi undang-undang ini lalu diproyeksikan dalam rumusan kode etik profesi yang memberlakukan sanksi undang-undang kepada pelanggarnya.
- b. Dalam kode etik profesi dicantumkan ketentuan : “Pelanggar kode etik dapat dikenai sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku”.

3. Sanksi Pelanggaran Kode Etik Profesi

Pada umumnya kode etik akan mengandung sanksi-sanksi yang dikenakan pada pelanggar kode etik.

- a. Sanksi moral; Bila seseorang di dalam profesinya, dia menyalahi kode etik profesi, maka hati nurani menghukum dan menuduh dirinya, dia merasa gelisah dalam batin, karena hati nurani merupakan kesadaran moral yang dimiliki oleh setiap individu. Selain itu, dia pun dalam kesehariannya akan merasa melu bertemu dengan teman yang mengetahui pelanggaran dalam profesi tersebut.
- b. Sanksi dikeluarkan dari organisasi; Kasus-kasus pelanggaran kode etik akan ditindak dan dinilai oleh suatu dewan kehormatan atau komisi yang dibentuk khusus untuk itu. Karena tujuannya adalah mencegah terjadinya perilaku yang tidak etis, seringkali kode etik juga berisikan ketentuan-ketentuan profesional, seperti kewajiban melapor jika ketahuan teman sejawat melanggar kode etik. Ketentuan itu merupakan akibat logis dari *self regulation* yang terwujud dalam kode etik; seperti kode itu berasal dari niat profesi mengatur dirinya sendiri, demikian juga diharapkan kesediaan profesi untuk menjalankan kontrol terhadap pelanggar. Namun demikian, dalam praktek sehari-hari kontrol ini tidak berjalan dengan mulus karena rasa solidaritas tertanam kuat dalam anggota-anggota profesi, seorang profesional mudah merasa segan melaporkan teman sejawat yang melakukan pelanggaran. Tetapi dengan perilaku semacam itu solidaritas antar kolega ditempatkan di atas kode etik profesi dan dengan demikian maka kode etik profesi itu tidak tercapai, karena tujuan yang sebenarnya adalah menempatkan etika profesi di atas pertimbangan-pertimbangan lain. Lebih lanjut masing-masing pelaksana profesi harus memahami betul tujuan kode etik profesi baru kemudian dapat melaksanakannya.

Bab 11

Kode Etik Berbagai Profesi Internasional dan Penerapannya

Kode etik IPRA yang disahkan pada tahun 2011, merupakan penegasan etika profesional dari anggota The International Public Relations Association dan direkomendasikan kepada praktisi public relations di seluruh dunia.

Kode etik ini merupakan penyempurnaan dari Code of Venice tahun 1961, Code of Athens tahun 1965 dan Code of Brussels tahun 2007.

- a) MENGINGAT Piagam Perserikatan Bangsa Bangsa yang menentukan “untuk menegaskan kembali iman dalam hak asasi manusia, martabat dan nilai pribadi manusia”;
- b) MENGINGAT “Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia “ tahun 1948 khususnya mengingat Artikel Nomor 19;
- c) MENGINGAT bahwa public relations, dengan mendorong terciptanya informasi terbuka, memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan;
- d) MENGINGAT bahwa pekerjaan public relations dan public affairs merupakan ungkapan kebebasan berpendapat kepada pejabat publik;
- e) MENGINGAT bahwa praktisi public relations melalui kemampuan komunikasinya dapat memberikan pengaruh yang luas perlu mematuhi kode etik profesi dan perilaku yang beretika;

- f) MENGINGAT bahwa saluran komunikasi seperti internet dan media digital lain dapat menimbulkan informasi yang menyesatkan yang dapat disebarluaskan dan tidak tertandingi, diperlukan perhatian khusus dari praktisi public relations untuk tetap menjaga kepercayaan dan kredibilitas;
- g) Mengingat bahwa internet dan digital media lain perlu mendapat perhatian khusus yang berkenaan dengan kerahasiaan pribadi dari seseorang, klien, majikan dan rekan sejawat;

Dalam tindakannya, praktisi *public relations* harus:

1. Ketaatan
Mentaati prinsip-prinsip dalam Piagam PBB dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia;
2. Integritas
Bertindak secara jujur dengan penuh integritas setiap saat untuk menyakinkan dan mempertahankan kepercayaan mereka dengan siapa saja praktisi berhubungan;
3. Dialog
Berusaha membentuk moral, kultural dan intelektual untuk melakukan dialog, dan mengakui hak semua pihak yang terlibat untuk mengemukakan pendapatnya;
4. Keterbukaan
Berlaku jujur dan terbuka dalam mengungkapkan nama, organisasi dan kepentingan yang diwakili;
5. Konflik
Menghindari konflik kepentingan dan mengungkapkan konflik tersebut kepada pihak-pihak yang terkait jika diperlukan;
6. Kerahasiaan
Menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan kepada mereka;
7. Ketepatan
Melakukan langkah-langkah yang wajar untuk meyakinkan kebenaran dan ketepatan dari semua informasi yang diberikan;
8. Kebohongan
Mengupayakan dengan segala cara untuk tidak menyampaikan berita yang salah atau menyesatkan, melakukan secara hati-hati untuk

menghindari hal tersebut dan memperbaiki secepatnya jika ternyata terdapat kesalahan;

9. Penipuan
Dilarang mendapatkan informasi dengan cara menipu atau tidak jujur;
10. Pengungkapan
Dilarang membentuk atau menggunakan organisasi apapun sebagai suatu wahana terbuka yang sebenarnya mengandung kepentingan tersembunyi;
11. Keuntungan
Dilarang menjual dokumen kepada pihak ketiga salinan dokumen yang diperoleh dari pejabat publik;
12. Remunerasi
Dalam memberikan jasa professional, dilarang menerima imbalan dalam bentuk apapun yang berkaitan dengan jasa dari seseorang selain dari pihak yang terkait;
13. Pembujukan
Dilarang baik secara langsung atau tidak langsung menawarkan atau memberikan imbalan dalam bentuk uang atau yang lain kepada pejabat pemerintah atau media, atau pihak lain yang berkepentingan;
14. Pengaruh
Dilarang menawarkan atau melakukan tindakan yang bertentangan dengan hukum untuk hal yang dapat mempengaruhi pejabat publik, media dan pihak lain yang berkepentingan;
15. Persaingan
Dilarang melakukan hal hal yang secara sengaja untuk merusak reputasi praktisi yang lain;
16. Pemburuan
Dilarang mengambil klien dari praktisi lain dengan cara- cara yang tidak jujur;
17. Pekerjaan
Ketika mempekerjakan seseorang dari pejabat publik atau pesaing perlu memperhatikan aturan dan kerahasiaan yang disyaratkan oleh organisasi tersebut;

18. Rekan sejawat

Mengamati Kode etik ini dengan sikap hormat terhadap anggota IPRA dan praktisi public relations di seluruh dunia.

Anggota IPRA harus menjunjung tinggi Kode etik ini, setuju mematuhi dan menegakkan tindakan disiplin terhadap setiap pelanggaran kode etik dari the International Public Relations Association ini.

Bab 12

Regulasi Terkait Kode Etik Berbagai Profesi di Indonesia

Sebagai salah satu profesi yang sangat penting dalam dunia ekonomi, wajib hukumnya memahami kode etik untuk menjaga mutu dan kepercayaan para pengguna jasa. Kode etik profesi akuntan terdapat pada etika profesi akuntansi yang mengatur kaidah serta norma dalam lingkup profesional. Etika profesi akuntansi yaitu suatu ilmu yang membahas perilaku atau perbuatan baik dan buruk manusia sejauh yang dapat dipahami oleh pikiran manusia terhadap pekerjaan yang membutuhkan pelatihan dan penguasaan terhadap suatu pengetahuan khusus sebagai akuntan.

Seperti yang disebutkan di atas, etika ini mengatur bagaimana seorang akuntan melakukan pekerjaannya. Tanpa kode etik, seorang akuntan dapat saja langsung diberhentikan. Dalam profesi akuntansi, skandal yang bertentangan dengan kode etik merupakan masalah besar. Itulah sebabnya Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) mengeluarkan kode etik yang harus dipatuhi oleh akuntan. Terdapat delapan prinsip dasar etika profesi akuntansi yang harus dipahami oleh setiap akuntan yang menjalankan pekerjaannya.

1. Tanggung Jawab Profesi

Seorang akuntan dalam melaksanakan tanggung jawabnya sebagai profesional, harus senantiasa menggunakan pertimbangan moral dan profesional terhadap semua kegiatan yang dilaksanakannya. Anggota memiliki tanggung

jawab kepada pemakai jasa mereka dan tanggung jawab untuk bekerja sama dengan sesama anggota demi mengembangkan profesi akuntansi serta memelihara kepercayaan masyarakat. Semua usaha tersebut diperlukan untuk memelihara dan meningkatkan tradisi profesi.

2. Standar Teknis

Setiap kegiatan harus mengikuti standar teknis dan standar profesional yang relevan. Sesuai dengan keahliannya dan dengan berhati-hati, akuntan berkewajiban untuk melaksanakan penugasan dari penerima jasa, selama penugasan tersebut sejalan dengan prinsip integritas dan objektivitas. Standar teknis dan standar profesional yang harus ditaati anggota adalah standar yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia. *Internasional Federation of Accountants*, badan pengatur dan pengaturan perundang-undangan yang relevan.

3. Kepentingan Publik

Anggota akuntan profesional berkewajiban untuk bertindak dalam rangka pelayanan kepada publik, menghormati kepercayaan publik serta menunjukkan sikap profesionalisme. Salah satu ciri dari profesi adalah penerimaan tanggung jawab kepada publik. Profesi akuntan juga memegang peranan penting di masyarakat. Arti publik dari profesi akuntan meliputi klien, pemerintah, pemberi kredit dan pegawai. Investor, dunia bisnis dan pihak-pihak yang bergantung kepada integritas dan objektivitas akuntan dalam memelihara berjalannya fungsi bisnis dengan tertib. Oleh karena itu, seorang akuntan harus selalu bertindak sesuai dengan koridor pelayanan publik untuk menjaga kepercayaan mereka.

4. Integritas

Untuk memelihara dan meningkatkan kepercayaan publik, setiap anggota harus memenuhi tanggung jawab profesionalnya dengan integritas setinggi mungkin. Integritas mengharuskan seorang anggota untuk bersikap jujur dan berterus terang tanpa harus mengorbankan rahasia penerima jasa. Pelayanan dan kepercayaan publik tidak boleh dikalahkan oleh keuntungan pribadi. Integritas dapat menerima kesalahan yang tidak disengaja dan perbedaan pendapat yang jujur, tetapi tidak menerima kecurangan atau peniadaan prinsip.

5. Kerahasiaan

Mengingat akuntan adalah profesi yang berhubungan langsung dengan data keuangan, maka sudah sepatutnya harus mampu memegang prinsip kerahasiaan. Prinsip kerahasiaan mengharuskan setiap akuntan untuk tidak melakukan hal berikut ini.

- Mengungkapkan informasi rahasia yang diperolehnya dari hubungan profesional dan hubungan bisnis pada pihak di luar kantor akuntan atau organisasi tempat akuntan bekerja tanpa diberikan kewenangan yang memadai dan spesifik, terkecuali jika mempunyai hak dan kewajiban secara hukum atau profesional untuk mengungkapkan kerahasiaan tersebut.
- Menggunakan informasi rahasia untuk keuntungan pribadi atau pihak ketiga. Informasi yang diperoleh baik melalui hubungan profesional maupun hubungan bisnis.

6. Objektivitas

Setiap anggota harus menjaga objektivitasnya dan bebas dari benturan kepentingan dalam pemenuhan kewajiban profesionalnya. Objektivitas adalah suatu kualitas yang memberikan nilai atas jasa yang diberikan anggota. Prinsip objektivitas mengharuskan anggota bersikap adil, tidak memihak, jujur secara intelektual, tidak berprasangka serta bebas dari benturan kepentingan atau di bawah pengaruh pihak lain.

7. Kompetensi dan Kehati-hatian Profesional

Kompetensi adalah salah satu penjamin mutu dan kualitas layanan dari seorang profesional di bidang jasa. Prinsip kompetensi dan kehati-hatian profesional mengharuskan setiap anggota akuntan untuk:

Memelihara pengetahuan dan keahlian profesional yang dibutuhkan untuk menjamin pemberi kerja (klien menerima layanan yang profesional dan kompeten.)

Bertindak tekun dan cermat sesuai teknis dan profesional yang berlaku ketika memberikan jasa profesional.

Etika profesi dalam bidang akuntansi sangat perlu diperhatikan oleh setiap akuntan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Hal ini dilakukan untuk memenuhi tugas dan tanggung jawabnya sebagai seorang akuntan yang profesional. Dengan memahami etika profesi dengan baik, maka akuntan seharusnya dapat bekerja dengan maksimal, salah satunya dengan membuat laporan keuangan yang terperinci.

Kini, akuntan dapat membuat laporan keuangan dengan mudah menggunakan *software* akuntansi seperti Jurnal. Dengan Jurnal, Anda sebagai seorang akuntan dapat membuat laporan keuangan tanpa khawatir ada kesalahan. Hanya dengan menginput transaksi pada Jurnal, Anda akan mendapatkan laporan keuangan secara instan sesuai dengan yang Anda

butuhkan. Tunggu apalagi, segera gunakan Jurnal untuk mendapat berbagai kemudahannya di sini.

8. Standar Kode Etik Profesi dari IMA

Statement of Ethical Professional Ethical Practice yang dikeluarkan oleh IMA berisi beberapa pernyataan berikut ini:

Anggota dari *Institute of Management Accountant* (IMA) diharuskan berperilaku etis. Komitmen yang dimiliki oleh akuntan manajemen profesional meliputi:

1. Prinsip

Prinsip menyeluruh yang menjelaskan tentang nilai-nilai, yaitu kejujuran, kewajaran, objektivitas dan tanggung jawab. Para anggota harus mengikuti tips belajar akuntansi dengan mudah untuk bertindak sesuai prinsip-prinsip tersebut dan mendorong setiap personel dalam organisasi mereka untuk mematuhi.

2. Standar

Di samping standar akuntansi keuangan, standar panduan yang mengarahkan aktivitas IMA bagi akuntan manajemen. Jika para anggota IMA tidak taat pada standar-standar berikut, maka mereka akan dikenakan sanksi disiplin. Standar kode etik profesi dari IMA terdiri dari bagian pertama berisi tuntutan untuk berperilaku etis yang tergantung pada 4 area dalam tanggung jawab dalam etik akuntan manajemen.

3. Area dalam Tanggung Jawab Etik

Kompetensi

Dengan merasakan adanya manfaat mempelajari akuntansi, setiap anggota bertanggung jawab untuk:

- Mempertahankan kompetensi dan keahlian profesional dengan terus-menerus mengembangkan pengetahuan dan kemampuan.
- Melaksanakan tugas profesional sesuai dengan hukum, peraturan, dan standar teknis yang berlaku
- Menyediakan informasi dan rekomendasi yang akurat, jelas, ringkas, dan tepat waktu dalam membantu pengambilan keputusan.
- Mengomunikasikan batasan-batasan profesional atau hambatan lainnya yang akan menghalangi keberhasilan kinerja.

Kerahasiaan

Setiap anggota bertanggung jawab untuk:

- Menjaga kerahasiaan informasi kecuali ketika suatu pengungkapan diizinkan atau diperlukan secara legal.
- Menginformasikan kepada seluruh pihak terkait mengenai kelayakan dan kerahasiaan penggunaan dalam akuntansi sebagai sistem informasi. Mengawasi aktivitas bawahan untuk memastikan hal tersebut terpenuhi.
- Menahan diri dari penggunaan informasi rahasia untuk mengambil keuntungan secara tidak etis atau ilegal.

Bab 13

Regulasi Terkait Kode Etik Profesi Manajemen Internasional

Standar terdiri dari dua kelompok utama: Standar Atribut dan Standar Kinerja. Standar Atribut mengatur atribut organisasi dan individu yang melaksanakan audit internal. Standar Kinerja mengatur sifat audit internal dan menyediakan kriteria mutu untuk mengukur kinerja jasa audit internal tersebut. Standar Atribut dan Standar Kinerja diterapkan pada seluruh jenis jasa audit internal.

Standar Implementasi merinci Standar Atribut dan Standar Kinerja dengan menyajikan persyaratan yang sesuai untuk setiap jenis jasa audit internal, yaitu dengan kode (A) untuk asuransi/ Assurance, dan kode (C) untuk konsultasi/ Consulting.

Jasa *assurance* (asuransi) merupakan kegiatan penilaian bukti secara obyektif oleh auditor internal untuk memberikan pendapat atau simpulan mengenai suatu entitas, operasi, fungsi, proses, sistem, atau permasalahan-permasalahan lainnya. Sifat dan ruang lingkup suatu penugasan asuransi ditentukan oleh auditor internal. Pada umumnya, terdapat tiga pihak berperan serta dalam pelaksanaan jasa asuransi, yaitu (1) seorang atau sekelompok orang yang terlibat secara langsung dengan entitas, operasi, fungsi, proses, sistem, atau permasalahan lainnya – disebut pemilik proses; (2) seorang atau sekelompok orang yang melakukan penilaian/*assessment* – disebut auditor internal; (3) seorang atau sekelompok orang yang memanfaatkan hasil penilaian/*assessment* – disebut pengguna.

Standar diterapkan pada individu auditor internal dan aktivitas audit internal secara keseluruhan. Seluruh individu auditor internal bertanggungjawab untuk mematuhi Standar terkait dengan tanggung jawab individu dalam hal obyektivitas, profisiensi (kecakapan), kecermatan profesional dan standar-standar yang terkait dengan pelaksanaan tanggung jawab pekerjaannya. Kepala Satuan Audit Internal juga bertanggungjawab atas kesesuaian aktivitas audit internal terhadap seluruh Standar.

Dalam hal auditor internal atau aktivitas audit internal dilarang oleh hukum atau peraturan perundang-undangan untuk mematuhi bagian tertentu dari Standar, maka kesesuaian terhadap seluruh bagian lain dari Standar dan pengungkapan yang memadai sangat diperlukan.

Jika Standar dipergunakan bersama dengan ketentuan yang diterbitkan oleh badan lain yang memiliki kewenangan, komunikasi audit internal dapat menyebutkan juga penggunaan ketentuan lain, jika diperlukan. Dalam kasus ketika aktivitas audit internal menunjukkan kesesuaian dengan Standar dan terdapat inkonsistensi antara Standar dan ketentuan-ketentuan lain, auditor internal dan aktivitas audit internal harus memenuhi Standar dan dapat memenuhi ketentuan lain jika ketentuan mengikat.

Auditor Internal harus menerapkan kecermatan profesional dalam melaksanakan penugasan konsultansi dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- Kebutuhan dan harapan klien, mencakup sifat, saat, dan komunikasi hasil penugasan;
- Kompleksitas relatif dan luasnya cakupan pekerjaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan penugasan; dan
- Biaya penugasan konsultansi dalam hubungannya dengan potensi manfaat.

Pengembangan Profesional Berkelanjutan

Auditor Internal harus meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi lainnya melalui pengembangan profesional yang berkelanjutan.

Program Asurans dan Peningkatan Kualitas

Kepala Audit Internal harus mengembangkan dan memelihara program asurans dan peningkatan kualitas yang mencakup seluruh aspek aktivitas audit internal.

Persyaratan Program Asurans dan Peningkatan Kualitas

Program asurans dan peningkatan kualitas harus mencakup baik penilaian Internal maupun eksternal.

Penilaian Internal

Penilaian Internal harus mencakup:

- Pemantauan berkelanjutan atas kinerja aktivitas audit internal; dan
- Penilaian berkala secara *self-assessment* atau oleh pihak lain dalam organisasi yang memiliki pengetahuan memadai tentang standar dan praktik audit internal.

Informasi yang dipertimbangkan penting dalam mengevaluasi kesesuaian terhadap Kode Etik, dan Standar.

Penilaian berkala dilakukan untuk mengevaluasi kesesuaian terhadap Kode Etik, dan Standar. Pengetahuan memadai tentang praktik audit internal mensyaratkan paling tidak adanya pemahaman atas seluruh elemen dalam Kerangka Kerja Praktik Profesional Internasional (International Professional Practices Framework).

Penilaian Eksternal

Penilaian eksternal harus dilakukan sekurang-kurangnya sekali dalam lima tahun oleh penilai atau tim penilai independen yang memenuhi kualifikasi yang berasal dari luar organisasi. Kepala Audit Internal harus mendiskusikan dengan Dewan Pengawas mengenai:

- Bentuk dan frekuensi penilaian eksternal
- Kualifikasi dan independensi (tim) penilai eksternal, termasuk kemungkinan terjadinya pertentangan kepentingan.

Interpretasi:

Penilaian eksternal dapat dilakukan melalui penilaian eksternal menyeluruh, atau penilaian sendiri (*self-assessment*) dengan validasi eksternal yang independen. Asesor eksternal harus memberikan kesimpulan mengenai kesesuaian dengan Kode Etik dan Standard, namun demikian asesmen eksternal juga dapat mencakup komentar-komentar operasional atau strategis. Penilai atau tim penilai yang kompeten menunjukkan kompetensinya dalam dua area: praktik profesional audit internal dan proses penilaian eksternal. Kompetensi dapat ditunjukkan melalui gabungan antara pengalaman dan pembelajaran teori. Pengalaman yang diperoleh dari organisasi dengan ukuran, kompleksitas, sektor

industri, dan isu teknis yang setara lebih berharga dari pada pengalaman yang kurang relevan. Dalam hal dilaksanakan oleh tim penilai, tidak seluruh anggota tim harus memiliki seluruh kompetensi yang dibutuhkan; tetapi tim secara keseluruhan harus memiliki kualifikasi. Kepala Audit Internal menggunakan pertimbangan profesionalnya ketika mengevaluasi apakah seorang/tim penilai memiliki kompetensi yang memadai untuk dapat disebut memiliki kualifikasi. Penilai atau tim penilai yang independen artinya, baik secara nyata maupun kesan, tidak memiliki pertentangan kepentingan, dan tidak menjadi bagian dari, atau di bawah pengendalian, organisasi yang membawahi aktivitas audit internal. Kepala Audit Internal semestinya mendorong pengawasan dewan dalam penilaian eksternal untuk mengurangi pertentangan kepentingan yang potensial atau dianggap terjadi.

Penggunaan frasa “Kesesuaian dengan Standar Internasional Praktik Profesional Audit Internal”

Menunjukkan bahwa aktivitas audit internal telah sesuai dengan Standar Internasional Praktik Profesional Audit Internal yang dapat dilakukan hanya jika didukung dengan hasil dari program asurans dan peningkatan kualitas.

Interpretasi:

Aktivitas audit internal telah sesuai dengan Kode Etik dan Standar apabila dapat memberikan hasil sebagaimana dimaksud di dalamnya. Hasil program asurans dan peningkatan kualitas mencakup hasil penilaian internal maupun eksternal. Seluruh aktivitas audit internal akan memperoleh penilaian internal. Aktivitas audit internal paling telah dibentuk setidaknya dalam lima tahun juga akan memperoleh hasil penilaian eksternal.

Pengungkapan Ketidaksesuaian.

Apabila terdapat ketidaksesuaian terhadap Kode Etik dan Standar yang mempengaruhi ruang lingkup operasi aktivitas audit internal secara umum, Kepala Audit Internal harus mengungkapkan ketidaksesuaian tersebut dan dampaknya kepada Manajemen Senior dan Dewan.

Standar Kinerja.

Aktivitas audit internal telah dikelola secara efektif apabila:

- Mencapai tujuan dan tanggung jawab sebagaimana tercantum pada piagam audit internal;
- Sesuai dengan Definisi Audit Internal dan Standar;

- Anggota individual menunjukkan kesesuaiannya terhadap Kode Etik dan Standar;
- Mempertimbangkan trend dan permasalahan-permasalahan yang timbul yang dapat mempengaruhi organisasi.

Aktivitas audit internal dikatakan memberi nilai tambah bagi organisasi dan pemangku kepentingannya apabila mempertimbangkan strategi, tujuan dan risiko-risiko; berupaya keras dalam menyediakan cara untuk mengembangkan proses tata kelola, manajemen risiko, dan pengendalian; dan secara objektif memberikan asurans yang relevan.

Perencanaan

Kepala Audit Internal harus menyusun perencanaan berbasis risiko (*risk-based plan*) untuk menetapkan prioritas kegiatan aktivitas audit internal sesuai dengan tujuan organisasi.

Untuk membangun perencanaan berbasis risiko, Kepala Audit Internal menanyakan kepada manajemen senior dan Dewan serta memperoleh suatu pemahaman mengenai strategi organisasi, tujuan kegiatan kunci, risiko-risiko terkait, dan proses manajemen risiko. Kepala Audit Internal harus mengkaji dan menyesuaikan perencanaan seperlunya untuk merespon perubahan dalam berbagai hal: usaha, risiko, operasi, program, sistem, dan pengendalian organisasi.

- Perencanaan penugasan sebagai aktivitas audit internal harus didasarkan atas penilaian risiko yang terdokumentasikan, yang dilakukan sekurang-kurangnya setahun sekali. Masukan dari Manajemen Senior dan Dewan harus diperhatikan dalam proses tersebut.
- Kepala Audit Internal harus mengidentifikasi dan mempertimbangkan harapan manajemen senior, Dewan, dan pemangku kepentingan lain untuk menjadi opini auditor internal dan kesimpulan lainnya.

Kepala Audit Internal harus mempertimbangkan penerimaan rencana penugasan konsultansi berdasarkan potensi peningkatan manajemen risiko, nilai tambah, dan peningkatan kegiatan operasional yang dapat diberikan dari penugasan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, Allan. (2004). "Business Models : A Strategic Management Approach". New York: Mc Graw-Hill.
- Agoes, Sukrisno. 2012. Etika Bisnis dan Profesi. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Amirullah, dan Imam Hardjanto, Pengantar Bisnis, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2005
- Arianti. 2012. Analisis Perbedaan Perilaku Etis Auditor dalam Etika Profesi(Studi Terhadap Peran Faktor-Faktor Individual: Locus of Control, Job Experience, dan Gender
- Bertens. 2000. Etika. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bertens. 2000. Pengantar Etika Bisnis. Jakarta: Kanisius
- Departemen Pendidikan Indonesia (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka
- Ebert, J. Ronald and Ricky Griffin, 2000, Business Essentials, New Jersey, Prentice Hall.
- Ernawan, Erni R. 2016. Etika Bisnis. Bandung:PenerbitAlfabeta
- Frans Magnis Suseno,13 Tokoh Etika: Sejak Abad Yunani Sampai Abad 19, Yogyakarta: Kanisius,1997
- Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI). (2011). Standar Profesional Akuntan Publik.Jakarta: Salemba Empat
- Juhaya S. Praja, Aliran-Aliran Filsafat Dan Etika,Jakarta: Kencana,2010
- Keraf. A. Sonny. Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur. Yogyakarta: Kanisius, 1991
- Keraf, Sony. Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya, Yogyakarta: Kanisius, 1998
- Keraf. A. Sonny. Etika Lingkungan,Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2002
- K Bertens, Etika, Jakarta: Gramedia, 1993
- Lubis, Suhwardi K., Etika Profesi Hukum, Sinar Grafika, Jakarta, 1994
- Muslich. Etika Bisnis Islami. Yogyakarta: Ekonesia, 2004
- Robby, Chandra I., Etika Dunia Bisnis. Yogyakarta: Kanisius, 1998
- Uno, Hamzah B., Orientasi Baru dalam Psikologi Pembelajaran, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Wignjosoebroto 1999. Profesionalisme Dunia Pendidikan. www. iq.eq web. id.