

ETIKA BISNIS SUATU KAJIAN NILAI DAN MORAL DALAM BISNIS

Gustina⁹

ABSTRACT *Ethics can be defined as sets of values and norms in the society. As part of knowledge, ethics is regarded as study about morals, values and customs which are applied in certain society. Currently, the society demands for a clean, responsible and morally business entity. It is therefore, business ethics should be applied to lead a person in conducting morally business activities. Otherwise, the business entity will not be able to survive. This paper is a critical review of the call for ethics and how its' application in the business world.*

KEY WORDS: *ethics, moral, values, business ethics*

I. PENDAHULUAN

Tanpa kita sadari, sejak keberadaan kehidupan bermasyarakat, nilai-nilai yang dianggap dapat menjadikan orang berperilaku baik dan benar merupakan sebuah kebutuhan. Keberadaan masyarakat dalam peradaban tersebut menjadi sebuah indikator adanya nilai-nilai tersebut dalam kehidupan, karena tanpa adanya nilai-nilai yang bisa mempertahankan kebersamaan, orang akan berperilaku seenaknya dan merugikan orang lain sehingga akan mengakhiri keberadaan masyarakat itu sendiri. Nilai-nilai tersebut tertuang dalam norma yang berlaku dalam masyarakat.

Secara teoritis, ada yang termasuk norma umum dan khusus. Norma umum akan berlaku umum dan universal, tidak kenal tempat, waktu dan lingkungan masyarakat. Artinya di manapun, kapanpun dan di lingkungan manapun akan norma tersebut akan diberlakukan. Sedangkan norma khusus berlaku pada tempat, waktu dan lingkungan yang khusus, disamping juga mengatur kegiatan dan bidang kehidupan tertentu.

Salah satu norma umum yang berlaku dalam masyarakat adalah norma moral, yaitu aturan mengenai sikap, perilaku dan tindakan manusia sebaai yang yang berkehidupan bermasyarakat. Norma moral, atau yang sering disebut moralitas dapat didefinisikan sebagai standar yang dimiliki seseorang atau individu ataupun kelompok tentang apa yang benar dan apa yang salah, tentang apa yang baik dan apa yang jahat (Satyanugraha, 2003). Norma moral menjadi standar bagi orang lain atau masyarakat untuk menentukan baik buruknya perilaku dan tindakan seseorang, serta benar salah perilaku orang tersebut dalam kehidupan bermasyarakat.

Norma moral memiliki karakteristik yang berbeda dari berbagai norma lainnya yang ada dalam masyarakat (Keraf, 1998). Pertama, norma moral berhubungan dengan hal-hal yang memberikan dampak yang besar bagi kehidupan masyarakat dan kesejahteraan personal dan kelompok. Norma moral ini mengatur agar orang tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan dirinya sendiri ataupun orang lain sehingga dapat memberikan dampak positif atau kebaikan baik bagi dirinya maupun orang lain. Masyarakat memiliki nilai moral yang tidak dibenarkan atau negatif, seperti pelanggaran perampokan, pencurian, penganiayaan, dan sebagainya. Selain itu masyarakat juga memiliki nilai yang dianjurkan atau positif, seperti berbuat jujur, bisa bekerjasama dengan orang lain, suka menolong dan lain sebagainya.

⁹ Penulis adalah Staf Pengajar Jurusan Administasi Niaga Politeknik Negeri Padang

Kedua, norma moral ini memiliki ciri untuk didahulukan daripada kepentingan pribadi, artinya jika seseorang memiliki kewajiban moral tertentu maka dia harus melaksanakannya walaupun terkadang bertentangan dengan kepentingan pribadi karena hal ini berhubungan dengan dampak kebaikan dan kesejahteraan yang akan terjadi dalam masyarakat yang ada didekatnya.

Ketiga, norma moral diharapkan dapat dipatuhi oleh semua orang karena kesadarannya, bukan karena menyangkut imbalan dan keuntungan, bukan karena sanksi dan hukuman, tapi karena memang nilai-nilai yang dikandungnya.

Keempat, norma moral tidak ditetapkan dan diputuskan oleh suatu badan tertentu, tidak tertulis, tidak ditetapkan dan diubah oleh pemerintah melainkan merupakan aturan yang tidak tertulis yang mengikat setiap orang yang ada dalam peradaban masyarakat tersebut.

Kelima, norma moral ini selalu melibatkan perasaan khusus, yaitu perasaan moral (*moral sense*). Perasaan ini akan timbul bila terjadi sebuah kesalahan yang dilakukan oleh dirinya sendiri atau melihat orang lain berbuat salah. Hal ini akan ditunjukkan dengan tindakan perasaan bersalah, menyesali diri sendiri atau dalam bentuk perasaan marah pada orang lain yang berbuat salah. Perasaan seperti ini tidak bisa dianggap subjektif, karena perasaan seperti ini juga dimiliki dan dirasakan oleh orang lain apabila berlaku serupa. Dengan demikian norma moral akan diperoleh seseorang dengan berjalannya kehidupannya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Etika dapat diartikan sebagai nilai-nilai dan norma-norma moral dalam suatu masyarakat. Disini terkandung arti moral atau moralitas seperti apa yang boleh dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan yang pantas atau tidak, dan sebagainya (Barten, 2000). Etika sebagai ilmu adalah studi tentang moralitas, merupakan suatu usaha untuk mempelajari moralitas masyarakat, nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat, serta sifat-sifat yang perlu dikembangkan dalam kehidupan.

Studi tentang etika menurut DeGeorge (1999), dapat dibedakan dalam tiga bentuk etika : Pertama, etika deskriptif, yaitu mempelajari dan menjelaskan moralitas dari orang, budaya atau masyarakat. Studi deskriptif ini mengenali, membandingkan, dan membedakan berbagai sistem moral, praktek, kepercayaan, prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang berbeda. Kedua, etika normatif, adalah pemahaman yang diperoleh dari etika deskriptif dan berusaha untuk mengembangkan sebuah sistem moral yang terpadu. Studi ini berusaha untuk mengungkapkan, mengembangkan dan memastikan prinsip – prinsip dasar moral, dari suatu sistem moral masyarakat dan manusia ke arah keseluruhannya. Ketiga, etika meta, merupakan suatu studi dari etika normatif. Sering dikenal dengan nama *analytical ethics*. Etika meta ini berhubungan dengan apa itu pengertian dari istilah moral, misalnya apa yang dimaksud dengan baik dan buruk dari segi moral, dan apa yang diartikan dengan tanggung jawab moral (*moral responsibility*), juga mempelajari penelaahan moral (*moral reasoning*) yang meliputi penjelasan dan penilaian asumsi serta investigasi kebenaran dari argumentasi moral.

2.1 Etika Bisnis

Seperti yang dipaparkan di awal tulisan ini, sama halnya dengan norma, etika juga terdiri dari etika umum dan khusus. Etika umum adalah yang menyangkut hal-hal umum yang berlaku dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan etika khusus adalah penerapan prinsip-prinsip dan norma moral dalam bidang-bidang tertentu. Salah satu contoh etika khusus ini adalah etika bisnis.

Etika bisnis adalah penerapan etika dalam dunia bisnis. Seperti etika terapan pada umumnya, bidang kajian etika bisnis terkategori dalam: level makro, level mikro,

level individu, dan level internasional. Pada level makro, etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi secara keseluruhan serta kemungkinan alternatif dan modifikasinya. Pada level mikro, etika bisnis menyelidiki masalah-masalah etika di bidang organisasi. Yang termasuk di dalam organisasi ini adalah perusahaan, serikat kerja, lembaga konsumen, perhimpunan profesi, lembaga swadaya masyarakat dan lain sebagainya. Sedangkan pada level individu, fokus dari etika bisnis adalah mempelajari moral individu dalam hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan bisnis. Terakhir, pada level internasional, etika bisnis mempelajari tindakan-tindakan individu dan perusahaan-perusahaan dalam bisnis internasional.

Etika bisnis mencakup jenis kegiatan sebagai berikut:

- a) mempelajari prinsip-prinsip etika umum kepada kasus atau praktek khusus dalam bisnis,
- b) etika meta, mempelajari apakah norma moral yang lazimnya diterapkan untuk menjelaskan individu dan tindakan-tindakannya dapat diterapkan pada organisasi bisnis,
- c) analisis asumsi dari bisnis, karena bisnis berada pada sistem ekonomi tertentu maka dipertanyakan moralitas sistem ekonomi tersebut secara umum, dan secara khusus, misalnya sistem ekonomi Indonesia,
- d) mempelajari bidang-bidang ilmu yang berkaitan dengan bisnis, misalnya ekonomi, manajemen dan sebagainya. Tujuannya adalah untuk menyelesaikan masalah etika yang memerlukan interaksi dengan bidang-bidang tersebut,
- e) menjelaskan tindakan-tindakan secara moral yang patut dipuji baik oleh individu dalam bisnis atau oleh perusahaan (*moral ideals*).

Etika bisnis akan membantu orang untuk memecahkan persoalan moral dalam bisnis secara sistematis dan secara langsung tidak akan membuat orang bermoral dalam bisnis namun akan berubah secara bertahap. Etika bisnis tidak akan dapat mengubah praktik-praktik bisnis jika bukan para pelaku bisnis itu sendiri yang mengubahnya. Bila ada praktek-praktek yang *immoral*, struktur dan tindakan yang tidak bermoral maka etika bisnis seharusnya akan mampu untuk menunjukkan bahwa tindakan tersebut tidak baik. Etika bisnis juga akan mampu memberikan teknik untuk menjelaskan struktur maupun tindakan yang bermoral.

Adanya tuntutan bisnis saat ini dari masyarakat yang menginginkan bisnis bermoral, tidak kotor, memenuhi tanggungjawab sosial, memberikan sebuah alternatif bagi pelaku bisnis dalam penerapan etika bisnis agar tuntutan tersebut terpenuhi. Studi tentang etika bisnis ini akan berguna pula bagi pelaku bisnis dalam pengambilan keputusan manajerial dengan mempertimbangkan aspek moralitas. Hal ini berarti bahwa keputusan keputusan bisnis yang diambil dapat dipertanggungjawabkan terhadap kepentingan masyarakat akan bisnis yang bermoral, termasuk dari sudut tanggung jawab sosial masyarakat (*social responsibility*).

2.2 Realita Bisnis Saat ini

Kegiatan bisnis merupakan bagian integral dari kehidupan masyarakat. Karena kegiatan bisnis adalah kegiatan manusia seperti kegiatan yang dilakukan oleh manusia lainnya, maka kegiatan ini dapat dinilai dari pandangan moral. Kegiatan bisnis, seperti juga kegiatan sosial lainnya, juga mengandalkan landasan moral untuk dapat berlangsung. Pemilik perusahaan (*shareholder*) mengharapkan para pekerjanya tidak mencuri *asset* perusahaan, pihak-pihak yang terikat kontrak dagang mengharapkan pihak lainnya juga mematuhi kontak tersebut, konsumen juga mengharapkan produk yang mereka beli sama baiknya dengan yang diiklankan, dan lain sebagainya. Apabila pelaku bisnis, seperti penjual, pembeli, karyawan, manajemen, produsen dan

sebagainya bertindak *immoral*, tentu bisnis tidak akan dapat berlangsung. Hanya dengan adanya landasan moral dalam bisnis maka kegiatan ini dapat menguntungkan semua pihak yang terlibat.

Sadar atau tidak sebagian masyarakat masih memiliki pemikiran yang kontradiktif terhadap bisnis. Mengapa demikian? Karena bisnis dianggap agak bertentangan dengan etika, sedangkan etika berarti moralitas. Untuk berhasil dalam bisnis mereka masih menganggap para pelaku bisnis harus berani mengambil tindakan-tindakan yang kurang terpuji. Hal ini sangat nyata dilihat pada negara-negara berkembang jika dibandingkan negara maju (Satyanugraha, 2003). Untuk mendapatkan izin usaha sering sekali berhadapan dengan praktek-praktek yang bertentangan dengan norma moral. Anggapan bahwa bisnis kerap berhubungan dengan tindakan kotor, penuh tipu muslihat dan kecurangan, semakin menunjukkan pentingnya etika dalam bisnis tersebut. Beberapa pelaku bisnis yang hanya menginginkan keuntungan besar, tidak memberikan pelayanan konsumen yang memuaskan, melakukan bisnis fiktif, juga menambah citra negatif bisnis itu sendiri.

Mungkin kita masih ingat, kasus besar yang dialami oleh Enron, WorldCom dan beberapa perusahaan multinasional lainnya yang diiringi dengan kejatuhan Arthur Andersen, satu dari lima besar perusahaan audit pada saat itu, telah mempertanyakan kredibilitas, independensi, objektivitas serta integritas para akuntan, sebagai salah satu pelaku dalam ekonomi dan bisnis. Skandal besar di dunia akuntansi itu seakan membuka mata para praktisi dan pendidik di bidang akuntansi, bahwasanya etika dan moral tidak bisa dilepaskan dari profesi seorang akuntan. Meskipun paska skandal tersebut regulator di bidang akuntansi melakukan perubahan yang signifikan terhadap aturan kerja akuntan, seperti misalnya membatasi pemberian jasa konsultasi di luar jasa audit, namun tetap saja hal tersebut dianggap masih belum menyentuh akar permasalahannya (Cullinan, 2004). Seperti halnya Giacomino dan Eaton (2003) menyimpulkan bahwa permasalahan substansialnya adalah nilai-nilai personal (moralitas) yang dimiliki oleh seorang auditor.

Pada 1950-an, Komatsu sebagai salah satu perusahaan alat berat juga pernah melakukan kesalahan moral. Mereka memproduksi produk yang mutunya tidak memenuhi standar internasional dalam hal durabilitas. Tidak seperti iklan-iklan yang dikeluarkan, hal ini memicu konsumen untuk memilih pada perusahaan lain. Ada banyak alasan ketika itu, misalnya penghematan biaya, mengurangi jumlah tenaga kerja, efisiensi yang berlebihan sehingga menyebabkan pengurangan mutu. Hal ini berhubungan dengan moralitas perusahaan pada konsumen, pada karyawan dan pihak terkait lainnya (Hitt, 1993).

Banyaknya lembaga keuangan baik bank maupun non bank yang notabene adalah melakukan kegiatan bisnis dilanda issue moral. Dengan makin internasionalnya kegiatan bank maka mempermudah kegiatan bank untuk dapat melakukan pencucian uang untuk penyimpanan uang bagi para koruptor, melayani kegiatan yang tidak legal, dan lain sebagainya. Diperlukan standard internasional, kerjasama dan aturan yang melibatkan banyak negara untuk mengontrol dan memperkecil kemungkinan terjadinya kegiatan-kegiatan tersebut (DeGeorge, 1997).

Beberapa kasus di atas memberikan gambaran bahwa saat ini masih banyak perusahaan yang bekerja dengan landasan moral yang rendah. Jika hal ini tidak diperbaharui dengan adanya nilai-nilai atau etika bisnis yang baik tentu akan terjadi pembenaran terhadap anggapan-anggapan masyarakat tentang bisnis yang negatif tersebut. Karena itu praktek bisnis tidak dapat dipisahkan dari norma moral itu sendiri. Seperti yang telah dijelaskan pada tulisan terdahulu bisnis akan mendatangkan

keuntungan dan kemaslahatan bagi semua pihak jika dilandasi dengan landasan moral yang kokoh.

2.3 Peranan Etika dalam Bisnis

Contoh kegiatan bisnis yang berlaku, seperti diungkapkan pada kasus-kasus di atas menuntut adanya suatu jalan penyelesaian agar tujuan dalam bisnis tetap bisa dicapai tanpa harus mengabaikan tindakan moral. Disinilah peranan yang harus diambil oleh norma atau etika dalam kegiatan bisnis itu sendiri.

Sebelumnya ada beberapa alasan mengapa etika itu penting bagi kegiatan bisnis, antara lain;

- a) etika seharusnya menjadi pedoman bagi semua kegiatan manusia, karena bisnis adalah kegiatan masyarakat maka etika seharusnya menjadi pedoman dalam kegiatan bisnis tersebut,
- b) bahwa aktifitas bisnis adalah sama dengan aktifitas masyarakat lainnya, tidak akan dapat berlangsung kecuali para pelakunya mematuhi standard etika yang ada. Contoh, tidak akan ada bisnis dapat berlangsung terus menerus tanpa etika maka minimal para pelaku bisnis yang tersangkut harus mematuhi nilai etika yang ada.
- c) Pertimbangan etika sangat konsisten dengan tujuan bisnis, khususnya tujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Banyak perusahaan yang mengalami dilema moral namun berhasil menyelesaikannya secara bermoral pula dan tetap memperoleh keuntungan yang memadai, atau perusahaan yang dikenal memiliki kultur perusahaan yang bermoral ternyata adalah perusahaan yang berhasil. Memang hal ini tidak dapat membuktikan adanya hubungan etika dengan keuntungan perusahaan, sebab ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Namun tanpa adanya etika dalam bisnis menyebabkan kegiatan tersebut tidak berjalan stabil.

Masyarakat juga cenderung menghukum atau menyalahkan pelaku bisnis yang tidak bermoral serta menghargai atau memuji pelaku bisnis yang bermoral, sehingga dapat kita ciutkan pemahaman ini menjadi bahwa pelaku bisnis yang bermoral akan memperoleh keuntungan walaupun tidak jelas dalam bentuk dan jangka waktunya, sedangkan pelaku bisnis yang tidak bermoral akan mengalami kerugian yang juga tidak jelas bentuknya seperti apa dan jangka waktunya.

Peranan etika itu dalam kegiatan bisnis antara lain adalah:

- (1) Etika harus menjadi pedoman dalam kegiatan masyarakat, karena itu seharusnya juga menjadi pedoman bagi bisnis. Mana tindakan yang tepat, benar dan boleh dilakukan dalam bisnis yang diharapkan menguntungkan semua pihak yang terlibat (Satyanugraha,2003).
- (2) Etika berperan sebagai penghubung pelaku bisnis. Jika produsen sebagai penyedia produk yang akan dibeli oleh konsumen menyediakan fasilitas pelayanan purna jual bagi setiap konsumen yang telah memakai produknya, bukankah ini sebuah celah bagi keduanya untuk terus berhubungan. Pelayanan purna jual tentu merupakan refleksi nilai atau etika bisnis yang diterapkan perusahaan untuk menjaga loyalitas konsumennya (Tjiptono, 2005).
- (3) Etika juga berperan sebagai syarat utama untuk kelanggengan atau konsistensi perusahaan. Perusahaan yang beretika akan selalu berusaha

untuk memuaskan pelanggan atau konsumennya. Loyalitas konsumen akan dapat membantu perusahaan agar tetap bisa bertahan (Tjiptono, 2005).

Jika terus dikaji akan banyak peranan lain yang dapat dipikul oleh nilai atau etika ini. Etika yang memerlukan pemahaman semua pihak agar kegiatan masyarakat tetap berlangsung dan menguntungkan semua yang terlibat, akan menjadi suatu jawaban terjadinya kesenjangan dan kepincangan dunia bisnis. Tanpa etika yang diterapkan oleh semua pihak yang terkait dalam kegiatan bisnis tersebut tentu kegiatan bisnis tidak akan dapat bertahan. Dari semua pertimbangan, alasan yang tertulis di artikel ini menunjukkan bahwa etika merupakan keharusan untuk bisnis dalam jangka panjang dan untuk kelangsungan bisnis itu sendiri (Satyanugraha, 2003).

2. 4. Batas Etika: di mana?

Bovee dan Thill menyatakan, setidaknya kita berutang kepada pemberi kerja. Usaha terbaik, apakah patuh pada peraturan, menunjukkan sikap yang baik, menghargai milik pemberi kerja, atau berpenampilan profesional? Tugas dan pertimbangan seperti itu tampaknya jelas, tapi di mana batas akhir kewajiban kepada pemberi kerja? Etika yang terlibat dalam beberapa situasi tampaknya benar-benar tidak meragukan sampai akhirnya kita memikirkannya. Misalnya, di mana garis pemisah yang dapat ditarik dalam situasi komunikasi yang direka Bovee dan Thill sebagai berikut:

1. menulis biodata Anda sehingga kekeliruan dua tahun yang lalu tidak tampak
2. memberi tahu sahabat Anda mengenai penggabungan yang akan dilakukan perusahaan segera setelah mengirimkan pengumuman formal kepada pemegang saham
3. memberitahu rekan sekerja (sahabat Anda) bahwa sudah waktunya dia mencari pekerjaan baru, ketika Anda diberi tahu secara rahasia bahwa teman Anda itu akan dipecat pada akhir bulan
4. tidak berkata apa-apa padahal Anda mengetahui seorang karyawan mengakui gagasan sukses buah pikiran orang lain
5. melestarikan posisi Anda dengan menyodorkan diri sendiri kepada supervisor sebagai satu-satunya orang yang mampu mencapai sasaran
6. membeli satu paket perangkat lunak untuk digunakan pada tiga buah komputer
7. meminta maaf ketika (untuk keempat kalinya dalam bulan ini) Anda harus menjemput anak-anak dari sekolah sore hari sehingga Anda tidak dapat mengikuti rapat penting
8. menelepon kantor mengatakan sakit karena Anda ingin cuti beberapa hari dan Anda ingin memanfaatkan cuti sakit yang sudah terakumulasi.

Kadang-kadang kewajiban etis untuk melakukan tindakan yang paling menguntungkan bagi pemberi kerja mungkin melibatkan lebih dari sekedar pekerjaan yang jujur. Misalnya, di mana garis pemisah yang dapat ditarik dalam situasi rekaan mereka berikutnya ini.

1. Anda baru kembali dari konferensi lelang dan Anda melihat desain produk pesaing dalam keranjang sampah di bandara. Apakah etis untuk memanfaatkan keberuntungan Anda?
2. Di dalam pesawat, Anda duduk di belakang dua orang insinyur perusahaan pesaing yang dengan keras mendiskusikan desain baru produk mereka. Apakah tidak etis jika usaha Anda untuk tidak mendengarkan gagal?
3. Kemudian Anda menyadari bahwa yang duduk di samping Anda adalah kepala bagian rekayasa saingan yang lain. Dia secara terbuka mempelajari gambar terinci dari produk baru yang amat menarik; dia secara ceroboh meninggalkan

gambar itu di tempat duduk ketika dia pergi ke kamar kecil. Seberapa tidak etis jika Anda mencuri lihat gambar itu sekejap?

4. Ketika pesawat akhirnya mendarat, karena tergesa-gesa mengejar penerbangan lanjutan, insinyur yang sama secara tidak sengaja meninggalkan gambarnya. Sekali lagi, apakah tidak etis untuk melihatnya?
5. Apakah benar-benar tidak etis memanfaatkan kecerobohan pesaing demi keuntungan perusahaan Anda? Apakah benar-benar tidak etis mengkhianati kepercayaan atasan Anda atau menceritakan kebohongan kepadanya?
6. Di mana pun Anda berada, bagaimanapun keadaannya, Anda harus berusaha sebaik-baiknya untuk perusahaan Anda. Walaupun demikian, berulang-ulang, terserah Anda untuk memutuskan apakah usaha demikian etis atau tidak.

Selanjutnya, Bovee dan Thill menyajikan umpan balik pengandaian dari pihak atasan melalui pertanyaan berikut.

1. Sebagai pemberi kerja, tingkah laku etis seperti apa yang Anda harapkan dari karyawan Anda yang tidak disebut tadi?
2. Sebagai supervisor dari bagian pelayanan pengetikan di kantor, Anda harus menghadapi beberapa juru tik yang mempunyai kecenderungan menggosip mengenai rekan sekerja mereka. Buat daftar ghal-ghal yang mungkin Anda lakukan untuk menyelesaikan situasi ini (2003: 25).

2. 4. Berbicara Dengan Makna Ganda

Bovee dan Thill memulai diskusinya dengan pertanyaan: "Mengapa tidak seorang pun mengetahui lagi apa yang dikatakan seseorang?" Contoh yang mereka tampilkan adalah produk bisnis AS dalam jumlah besar adalah "berbicara dengan makna ganda atau berkelit".

Berkelit adalah bahasa yang hanya berpura-pura mengatakan sesuatu tapi kenyataannya menyembunyikan, menghindari atau menyesatkan. Seperti produk pada umumnya, berkelit mempunyai banyak bentuk, dari kata sakti populer yang digunakan oleh semua orang tetapi tidak seorang pun mengetahui artinya. Bovee dan Thill mencontohkan kata "dinamika persaingan" dan "pemberdayaan", hingga kata-kata yang mencoba menyembunyikan arti, seperti "rekayasa ulang", "sinergi" dan "restrukturisasi".

Dengan berkelit, suap dan upah yang diberikan di bawah meja (*kickback*) disebut "rabat" atau "biaya untuk pengujian produk", penjual barang bekas dan suku cadang mobil bekas telah menjadi "pembongkar dan pendaur ulang mobil" dan agen perjalanan disebut "spesialis liburan", "penasihat tujuan perjalanan" atau "spesialis pemesanan tempat". Plus, hampir semua nama jabatan diimbuhi kata "kepala". Coba renungkan jabatan berikut ini kata mereka: Kepala Petugas Nuklir, Kepala Petugas Belajar, Kepala Petugas Budaya, Kepala Petugas Etiket, Kepala Petugas Perubahan, dan Kepala Petugas kreatif. Tidak pernah sebelumnya bagian yang sedikit ini dikepalai oleh begitu banyak pihak (ibid: 113).

Dengan berkelit, bank tidak mempunyai "kredit macet" atau "utang tak tertagih"; mereka mempunyai "kredit yang tidak berkinerja" yang "terus bergulir" atau "telah dijadwalkan ulang". Perusahaan tidak pernah merugi; mereka hanya mengalami " arus kas negatif", "peningkatan defisit" atau "kontribusi negatif terhadap laba".

Tentu saja tidak seorang pun dipecat sekarang ini jika kedudukan Anda dalam organisasi cukup tinggi, Anda "mengundurkan diri karena alasan pribadi". Akan tetapi mereka yang berada di lapisan bawah, "diberhentikan secara tidak sengaja" sebagai akibat "penciutan", "penyesuaian jumlah tenaga kerja" dan "pengurangan jumlah" karyawan.

Beberapa perusahaan bahkan menugaskan calon ke "kumpulan tenaga cadangan yang *mobile*", "mengimplementasikan penyesuaian campuran keterampilan", atau "menghilangkan kelebihan dalam bidang SDM".

Kasus lain, sebuah pabrik mobil yang menutup sebuah pabrik perakitan dan menghapus lebih dari 8.000 pekerjaan, menyebutnya "penyesuaian jadwal produksi yang berkaitan dengan volume". Akan tetapi jangan khawatir, jika Anda "tidak disewa lagi", "tidak terpilih", "tidak termasuk yang kelebihan" atau "tidak dipasang", perusahaan akan menawarkan Anda 'peluang berganti karier" atau "relokasi kejuruan".

Sebenarnya, ungkap Bovee dan Thill, hampir semua orang kehilangan pekerjaan belakangan ini. "Kami tidak menyebutnya mengeluarkan karyawan", Bovee dan Thill mencontohkan ungkapan seorang juru bicara perusahaan yang berkecil (terkadang disebut "dokter cerita"). "Kami mengelola sumber daya staf kami, kadang-kadang Anda mengelola ke atas dan kadang-kadang ke bawah", kutip Bovee dan Thill lagi.

Sebagai umpan balik pengandaian dari pihak atasan mengenai masalah ini, Bovee dan Thill mengajukan pertanyaan rekaan berikut.

1. Presiden sebuah perusahaan baru mengetahui bahwa beberapa karyawannya memainkan permainan populer yang disebut "bingo kata sakti", yaitu para peserta mengejek pembicaraan bermakna ganda dengan melacak istilah yang dipakai atasannya dalam rapat staf pada kartu seperti bingo. Beberapa manajer mengeluhkan hal itu menjadi tidak terkendali. Sebenarnya, ketika rapat berlangsung, karyawan mencoba mengendalikan pembicaraan untuk menggunakan semua kata sakti yang ada di kartu mereka. Apa yang dapat dilakukan manajer untuk menghindari permainan konyol ini?
2. Kunjungi situs web bingo kata sakti: berikut ini: <http://www.ksquared.net/~key/ietf-bingo.cgi> dan <http://buzzword-bingo.com/play/index.html>, dan cetaklah satu atau dua kartu. Bacalah artikel bisnis dari koran favorit Anda. Berapa banyak kata sakti yang Anda jumpai?

2. 5. *Direct Mail*: Surat yang Mengelabui?

Apa yang disebut etika dan apa yang disebut penjualan cerdas? Beberapa usaha *direct-mail* menggunakan hadiah dan stiker untuk mencegah konsumen melakukan analisis logis dan untuk mengarahkan mereka lebih ke pemikiran seperti anak-anak. Perusahaan lain menetapkan harga \$29,95 untuk membuat pelanggan merasa harga produk sekitar \$20 bukan \$30. Salah satu praktik yang dipertanyakan menyangkut "pernyataan tanpa pembuktian". Sehelai surat menyatakan, "Inilah informasi yang Anda minta", padahal tidak pernah ada permintaan seperti itu. Beberapa perusahaan memberi alasan metode ini sebagai "pujian berlebihan yang membenarkan" dan "salah interpretasi ringan" yang tidak merugikan konsumen.

Sejak Montgomery Ward menjual taplak meja pertama dari kain kedap air lewat pos pada 1872, pemasar telah membuktikan bahwa *direct mail* adalah salah satu bentuk iklan paling menguntungkan dan hemat biaya. *Direct mail* juga menghadapi beberapa keputusan etika paling sulit dalam bisnis. Beberapa undang-undang telah ditegakkan untuk melindungi konsumen. *Deceptive Mailings Prevention Acts* pada 1990 dari pemerintah federal melarang pengiriman surat yang meniru dokumen pemerintah, dan hukum privasi negara bagian mengatur sifat dari informasi konsumen yang dikumpulkan, disimpan, dijual dan diperdagangkan sebagai daftar alamat. Akan tetapi pada umumnya penjual *direct mail* harus mempertimbangkan alternatif: Seberapa antusias saya dapat menyanjung manfaat produk saya dan masih mempertahankan standar etika yang baik serta bisnis yang legal?

Penulis naskah *direct mail* yang terampil mencoba menangkap perhatian penerima dalam detik pertama, jadi kata-kata tertentu amat dihargai dalam

perdagangan: *gratis, mendesak, spesial, segera, eksklusif, persediaan terbatas*, dan seterusnya. Sampul yang "sangat menarik", surat, brosur, kartu jawaban, dan hadiah yang disesuaikan dengan penerima meniti garis tipis antara kebenaran dan melebih-lebihkan. Melewati batas amat mudah, dan organisasi profesional berdebat mengenai sejauh mana yang dianggap berlebihan.

Beberapa periset bahkan mulai mempertanyakan pengaruh negatif jangka panjang yang potensial dari pesan yang dibebani emosi yang membuat segmen tertentu dari penerima merasa tertekan, gelisah, bermusuhan, atau berkedudukan rendah.

Salah seorang ahli *direct mail* menyarankan kepada pebisnis: "Jika persediaan memang terbatas, katakan demikian." Jika tidak, Anda dapat berkata, "sampai persediaan ini habis" atau "sampai persediaan terjual habis". Ahli yang sama menyarankan bahwa walaupun tidak ada kenaikan harga yang akan terjadi (setelah penawaran saat ini usai), mungkin amat menguntungkan untuk menyarankan bahwa "harga mungkin tidak pernah serendah ini lagi". Apakah pendekatan ini legal? Apakah ini etis? Menurut Bovee dan Thill diputuskan oleh individu sendiri.

Selanjutnya, Bovee dan Thill menyajikan umpan balik pengandaian sebagai berikut.

1. Banyak orang jujur, pekerja keras menggunakan *direct mail* dengan sukses dan etis. Dari kotak surat Anda sendiri kumpulkan beberapa contoh penjualan *direct mail* yang positif dan beri tanda beberapa contoh penarik perhatian yang efektif.
2. Di mana Anda menarik garis etis untuk usaha *direct mail* Anda sendiri?

2. 6. Surat Rekomendasi: Tepat Untuk Menulis Apa?

2. 6. 1 Mengapa Tidak Memberikan Rekomendasi

Walaupun beberapa negara bagian telah memberlakukan undang-undang yang melindungi perusahaan terhadap tuntutan di pengadilan ketika pemberi kerja bertindak sesuai dengan keyakinannya, ahli hukum dan SDM sering menyarankan agar perusahaan memusatkan semua rekomendasi untuk mempertahankan kendali yang lebih baik atas yang dikatakannya.

Pendekatan berhati-hati ini hanya memberikan rentang waktu bagi karyawan itu untuk bekerja dan nama jabatan yang dipegangnya dan memberi informasi itu hanya kepada orang yang berhak untuk mengetahui atau mempunyai surat kuasa dari mantan karyawan.

2. 6. 2. Bagaimana Kalau Anda Ingin Memberikan Rekomendasi?

Bertindak atas nama perusahaan atau referensi pribadi, Anda secara pribadi bertanggung jawab atas komentar Anda. Sebenarnya pembelaan legal yang umum dari perusahaan adalah membuktikan bahwa orang yang membuat rekomendasi bertindak di luar kebijakan perusahaan dan oleh karena itu harus bertanggung jawab atas semua yang dijatuhkan, ungkap Bovee dan Thill (ibid: 241).

2. 6. 3 Bagaimana Kalau Anda Cenderung Tidak Memberikan Rekomendasi?

Bovee dan Thill dalam masalah rekomendasi ini sering menyarankan untuk menanyakan dan memastikan kepada bagian SDM atau hukum agar informasi yang diberikan memadai dan kata-kata yang dipilih impersonal. Tidak peduli keadaannya, ungkap mereka, pastikan untuk:

1. hanya memberi komentar mengenai pengalaman langsung Anda sendiri selama bekerja dengan mantan karyawan
2. membuat semua komentar dalam bentuk tulisan

3. membatasi keterangan pada fakta yang dapat dibuktikan, tidak melebih-lebihkan, karena kejujuran, integritas dan kehati-hatian merupakan dasar dari legalitas dan etika bisnis yang baik.

Selanjutnya, Bovee dan Thill menyajikan umpan balik pengandaian sebagai berikut.

1. Salah seorang mantan karyawan Anda sering terlambat masuk kerja tetapi prestasinya bagus dan pekerja yang cepat serta bergaul baik dengan semua orang. Apakah menurut Anda perlu menyebutkan masalah keterlambatan kepada calon pemberi kerja? Jika demikian, bagaimana Anda melakukannya?
2. Tinggalkan sejenak diri Anda dan tulis surat rekomendasi mengenai diri Anda sendiri dari perspektif mantan pemberi kerja Anda. Gunakan kejujuran, integritas dan kehati-hatian (ibid: 241).

III. KESIMPULAN

Sejarah mencatat, masyarakat yang akan bertahan adalah masyarakat yang bisa hidup berdampingan secara damai. Salah satu hal yang bisa mendamaikan ini adalah adanya nilai-nilai atau norma dan etika dalam masyarakat itu yang saling menguntungkan bagi semua pihak. Demikian pula halnya dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan masyarakat, termasuk kegiatan bisnis, harus dilandasi moral yang baik. Moral, atau dalam bisnis sering kita sebut dengan etika bisnis menjadi suatu pedoman penting terjadinya kegiatan bisnis. Tanpa adanya etika bisnis yang baik, jelas dan bisa dipahami secara benar oleh semua pelaku bisnis, niscaya kegiatan bisnis ini tidak akan berlangsung lama. Artinya keberlangsungan kegiatan itu juga bergantung pada cara penerapan etika tersebut oleh pelaku bisnis yang terlibat. Adanya anggapan bahwa kegiatan bisnis itu kotor, mengandung tipu muslihat, selalu berpihak pada yang kuat akan berangsur-angsur hilang seiring dengan dilakukannya etika bisnis yang benar oleh pelaku bisnis itu sendiri. Jika ada komitmen dari pelaku bisnis untuk menerapkan etika itu secara kuat dan kokoh, mudah-mudahan tidak akan ada lagi kecurangan-kecurangan yang terjadi dalam masyarakat untuk kegiatan bisnis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bartens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*, Jakarta: Kanisius
- Cullinan, C. 2004. *Enron As A Symptom Of Audit Process Breakdown: Can The Sarbanes-Oxley Act Cure The Disease? Critical Perspectives on Accounting*, Vol.15 pp.853-864
- De George, Richard T. 1997. *Competing With Integrity in International Business*. Oxford University Press
- De George, Richard T. 1999. *Business Ethics*, 5 edition, NJ : Prentice Hall
- Giacomino, D.E and Eaton, T.V, 2003. *Personal Values Of Accounting Alumni: An Empirical Examination Of Differences By Gender And Age*, *Journal of Managerial Issues*, Vol.15, No,3, pp.369-380
- Keraf, S, Sonny. 1998. *Etika Bisnis-Tuntutan & Relevansinya*. Jakarta: Kanisius
- Michael A. Hitt, dkk. 1993. *Manajemen Strategis-Menyongsong Era Persaingan & Globalisasi*, Terjemahan, NJ : Prentice Hall
- Satyanugraha, Heru. 2003. *Etika Bisnis- Prinsip dan Aplikasi*. Jakarta: LPFE Universitas Trisakti
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andy