

MENCIPTAKAN BUDAYA PERUSAHAAN DENGAN MENERAPKAN TEORI UTILITARIANISME

¹Haditsa Burhani Alfaqier, & ²Lovia Nurfaaji

^{1,2}UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: haditsahabila12@gmail.com, & lovianurfaizi96@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai teori utilitarianisme menggunakan metode analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Etika menegaskan prinsip – prinsip perilaku yang harus dilakukan individu untuk menyesuaikan diri dengan kebaikan yang diterimanya. Didalam teori ini, menyatakan bahwa suatu tindakan yang patut adalah yang memaksimalkan penggunaan (utility). Dalam utilitarianisme ini terdapat dua teori, yang pertama yaitu teori utilitarianisme tindakan Artinya suatu tindakan dianggap baik jika tindakan itu dianggap baik jika tindakan itu membawa keuntungan atau menguntungkan sedangkan yang kedua adalah teori utilitarianisme peraturan Artinya teori ini merupakan perbaikan dari utilitarianisme tindakan dimana sesuatu dipandang baik jika berguna dan tidak melanggar aturan yang sudah ada.

Kata Kunci : *Etika; Moral; Teori.*

Abstract

The research discusses the theory of utilitarianism using descriptive analysis methods using a qualitative approach. Ethics emphasizes the principles of behavior that individuals must carry out to adapt to the goodness they receive. In this theory, it states that an appropriate action is one that maximizes use (utility). In this utilitarianism the are two theories, the first is the theory of action utilitarianism. This means that an action is considered good if the action is considered good if the action brings profit or benefits while the second is theory of regulatory utilitarianism. The means that this theory is an improvement on act utilitarianism where something is considered good if useful and does not violate existing rules.

Keywords: Etchis; Morals; Theory.

A. Pendahuluan

Utilitarianisme adalah suatu paham etis yang mengatakan bahwa yang baik adalah yang mendatangkan keuntungan dan yang jahat atau yang buruk adalah yang tidak memberikan keuntungan atau bahkan kerugian. Dalam teori ini memberikan suatu visi tentang perilaku yang seharusnya menjadi pedoman bagi manusia karena inimenyangkut kepentingan umat manusia itu sendiri dalam bermasyarakat dan pengambilan keputusan. Teori utilitarianisme ini mentransformasikan budaya dan masyarakat karena teori ini adalah teori yang mudah dipahami untuk mengatasi hubungan dan tanggung jawab anatar bisnis yang ada dimasyarakat. Teori utilitarianisme diperlukan dalam bisnis karna mempunyai pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan dan juga pelayanan yang diberikan oleh pebisnis. Bisnis memberikan manfaat bagi siapapun yang terlibat didalamnya. Maka dari itu teori ini juga belajar mengenai bagaimana menjalankan bisnis dengan keterlibatan atau kontribusi yang besar

Copyright © 2024 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

untuk mendapatkan manfaat sebesar besarnya. Karena ciri dari teori ini adalah dimana tindakan kita berpengaruh atau memberikan kontribusi besar terhadap kebaikan untuk banyak orang.

B. Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dimana metode kualitatif adalah metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Metode ini menyajikan hasil atau suatu fenomena yang lebih komprehensif. Dalam pengumpulan datanya metode ini mengumpulkan karya karya atau dokumentasi karya orang lain yang nantinya dijadikan sebagai referensi untuk memperkuat argument penelitian.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Etika

Secara Bahasa etika bisnis adalah kebiasaan atau perbuatan, sikap individu. Namun dalam arti lain, etika bisnis merupakan ilmu tentang keasusilaan suatu dalam lingkungan yang berhubungan dengan aturan dan prinsip yang dianggap baik. Secara umum, etika bisnis adalah aturan atau pedoman suatu individu dalam bertindak atau melakukan perbuatan.

Dapat disimpulkan bahwa etika adalah sebuah ilmu yang mempelajari baik dan buruknya perilaku, hak dan tanggung jawab secara moral pada setiap individu dalam hidup bermasyarakat. Etika mencakup kebiasaan, norma atau nilai yang berhubungan dengan benar atau salahnya perilaku individu dalam suatu lingkungan. Bentuk-bentuk etika yang sering kita temui di lingkungan sekitar adalah etika dalam sebuah pertemanan, etika dalam profesi atau pekerjaan, etika ketika di rumah, dan etika dalam berwirausaha. Contoh etika yang paling sering kita temukan dalam kehidupan sehari-hari yaitu menyapa teman saat berpapasan di jalan, meminta maaf Ketika berbuat kesalahan, dan mengucapkan terima kasih saat telah dibantu orang.

2. Etika Bisnis

Tata cara mengelola bisnis dengan memperhatikan norma untuk mencapai tujuan dan mengambil keputusan adalah disebut etika bisnis. Etika bisnis menurut beberapa ahli dalam sebuah Buku Pengantar Binis dan sejumlah sumber lain adalah etika bisnis merupakan standar moral atau sebuah konsep yang diterapkan dalam sebuah bisnis baik itu dalam kebijakan perusahaan atau perilaku para pelaku usaha dalam perusahaan tersebut. Etika bisnis juga merupakan aturan tak tertulis namun dijadikan pedoman para pebisnis.

3. Teori Etika Bisnis

Terdapat beberapa teori dalam etika bisnis yang bisa dijadikan pemahaman dan sumber pengetahuan untuk menjalankan etika dalam berbisnis. Berikut adalah 3 teori etika bisnis yang paling sering digunakan: a) **Teori Utilitarianisme atau Teori Kegunaan**; Teori utilitarianisme atau teori kegunaan adalah teori yang mengedepankan atau mengutamakan

konsekuensi dari suatu tindakan. Teori ini mengatakan bahwa setiap tindakan yang dilakukan dalam bisnis dapat dikatakan etis apabila menghasilkan konsekuensi yang baik. Teori "utilitas" merupakan Bahasa latin yang artinya kegunaan. Teori ini dikemukakan oleh Jeremy Bentham, seorang filsuf Inggris pada abad ke-18. Bentham berpendapat bahwa tujuan dari moralitas adalah untuk meningkatkan kebahagiaan dan mengurangi penderitaan. Teori kegunaan dalam etika bisnis digunakan untuk menentukan atau menilai apakah suatu tindakan yang dilakukan etis atau tidak. Contohnya adalah ketika suatu perusahaan memproduksi makanan, harus dipastikan apakah makanan tersebut berbahaya atau tidak untuk dikonsumsi. Hal ini berhubungan dengan konsekuensi yang diterima oleh konsumen.

Beberapa contoh penerapan teori kegunaan dalam etika bisnis diantaranya kewajiban meningkatkan kesejahteraan semua pihak yang terkait dengan perusahaan, menghasilkan output yang berkualitas, memaksimalkan keuntungan, dan kewajiban menjaga lingkungan. Semua aktivitas yang dilakukan dalam bisnis harus mempertimbangkan konsekuensi yang baik untuk semua pihak yang terkait. Namun tidak bisa dipungkiri bahwa teori kegunaan juga mempunyai kekurangan, salah satunya adalah teori ini terkadang tidak memperhatikan nilai-nilai moral tertentu atau terlalu pragmatis. Dalam penerapannya tetap harus diimbangi dengan teori-teori etika bisnis lainnya. b). **Teori Deontology atau Teori Kewajiban;** Teori deontology adalah teori dalam etika bisnis yang membahas tentang kewajiban yang harus dilakukan. Bukan berdasarkan baik atau tidaknya suatu tindakan itu dilakukan melainkan berdasarkan kewajiban yang harus dilakukan individu dengan prinsip moral yang berlaku terlepas dari apapun konsekuensinya. Dalam teori ini dikatakan bahwa baik dan buruknya suatu tindakan didasarkan pada bagaimana seseorang melakukan kewajibannya dengan baik. Teori deontologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu "deon" yang berarti kewajiban. Teori ini dikemukakan oleh Immanuel Kant, seorang filsuf Jerman pada abad ke-18. Kant berpendapat bahwa ada beberapa kewajiban moral yang bersifat universal dan tidak dapat ditawar-tawar, seperti kewajiban untuk jujur, adil, dan menghormati hak asasi manusia.¹

Contoh implementasi teori deontology dalam bisnis adalah jika seseorang diberikan tugas dan ia melaksanakan tugas tersebut maka tindakan tersebut dapat dikatakan benar, sedangkan dapat dikatakan salah apabila ia tidak mengerjakannya. Contoh lain dari teori deontology diantaranya kewajiban untuk jujur dalam segala hal yang bersangkutan dengan semua transaksi bisnis, kewajiban dalam menjaga lingkungan, kewajiban untuk menghormati hak-hak konsumen dan kewajiban berlaku adil kepada semua karyawan. Kekurangan dari teori deontology adalah teori ini tidak fleksibel, sulit diterapkan dalam situasi yang kompleks dan terkesan terlalu kaku. c). **Teori Keutamaan;** Keutamaan dapat didefinisikan sebagai penggambaran watak individu yang membuat tindakannya benar atau salah atau penggambaran perilaku individu yang memungkinkannya bertingkah laku baik secara moral. Kebijaksanaan adalah suatu keutamaan yang dibutuhkan seseorang untuk mengambil keputusan dalam berbagai kondisi. Teori keutamaan dalam etikabisnis berfokus pada karakter

¹ Oleh Immanuel Kant, kewajiban moral yang bersifat universal dan tidak dapat ditawar-tawar, seperti kewajiban untuk jujur, adil, dan menghormati hak asasi manusia.

atau sifat moral yang baik. Dalam teori ini dikatakan bahwa suatu tindakan dapat dikatakan etis apabila tindakan tersebut dilakukan oleh seseorang yang memiliki karakter atau sifat moral yang baik.

Teori keutamaan berasal dari bahasa Yunani, yaitu "arete" yang berarti kebajikan. Teori ini dikemukakan oleh Aristoteles, seorang filsuf Yunani Aristoteles berpendapat bahwa kebajikan adalah sifat moral yang mengandung nilai positif dan ada pada diri setiap orang.²² Kebajikan tersebut mampu dilatih serta dikembangkan melalui pendidikan dan latihan. Bentuk penerapannya teori keutamaan dalam etika bisnis dapat dicontohkan Ketika seorang manajer yang memiliki kejujuran dan tanggung jawab yang besar dalam menjalankan tugasnya cenderung akan lebih etis dalam mengambil sebuah keputusan, daripada manajer yang lalai dan tidak jujur dalam bekerja.

Keutamaan-keutamaan yang diterapkan pada teori ini diantaranya; kejujuran, keadilan, keberanian, kebijaksanaan, kedermawanan. Teori keutamaan dapat memberikan pedoman yang lebih fleksibel dibandingkan dengan teori deontology. Dapat membantu pelaku bisnis dalam menentukan keputusan yang etis bahkan jika konsekuensi yang dihasilkan tidak atau kurang baik. Namun kekurangan dari teori keutamaan ini adalah sulit untuk menentukan apakah seseorang memiliki karakter atau sifat moral yang baik atau tidak, karena penilaian dalam teori ini terlalu subjektif.

4. Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan atau company culture merupakan sumber dari kesuksesan sebuah organisasi. Seperangkat nilai dan sikap menjadi ciri khas perusahaan dan merupakan bagian dari budaya perusahaan yang kemudian dipraktikkan oleh karyawan. Faktor yang memengaruhi kebiasaan atau adat perusahaan antara lain nilai perusahaan, SDM-nya dan juga narasi dari perusahaan tersebut. Cara sebuah perusahaan beroperasi dan bagaimana karyawan berinteraksi tergantung pada budaya perusahaan. Jika budaya perusahaan telah berhasil dan berjalan secara efektif maka tujuan yang sudah disusun akan terwujud. Budaya Perusahaan yang positif sangat berpengaruh terhadap minat dan loyalitas karyawan dalam meningkatkan produktivitas perusahaan. Di tengah persaingan yang semakin ketat, dibutuhkan inovasi dalam bisnis.

Budaya Perusahaan menjadi peran pendukung dalam hal pemasaran kepada klien. Budaya Perusahaan mencerminkan misi dan nilai-nilai dengan cara yang tidak dapat ditangkap oleh logika. Budaya suatu Perusahaan membentuk pola pikir dan cara karyawan bertindak. Perilaku karyawan dan perilaku konsumen yang positif dapat terbentuk dari budaya perusahaan yang optimal. Budaya tempat bekerja memengaruhi efisiensi dan efektivitas karyawan. Dapat disimpulkan bahwa kunci untuk membentuk reputasi dan citra Perusahaan yang baik dapat ditentukan oleh nilai dan prinsip perusahaan itu sendiri.

²² Aristoteles, kebajikan adalah sifat moral yang mengandung nilai positif dan ada pada diri setiap orang.
Copyright © 2024 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

5. Penerapan Teori Utilitarianisme dalam Perusahaan

Suatu kegiatan bisnis yang memberikan manfaat, kebaikan kepada konsumen atau sesama adalah disebut teori Utilitarianisme. Teori ini adalah teori yang sangat mendasar dalam berekonomi juga dengan menganut prinsip-prinsip ekonomi. Teori ini juga memudahkan pelaku bisnis untuk menghitung keuntungan atau kerugiannya dalam berbisnis sehingga teori ini banyak digunakan dalam kehidupan masyarakat. Hanya saja nama teorinya mungkin masih sangat asing dalam kehidupan manusia. Agar dapat memahami bisnis dengan mudah maka pelaku bisnis harus mengetahui beberapa point penting ini menurut teori utilitarianisme. 1) Harus benar berdasarkan moral, artinya pelaku bisnis atau seseorang harus memberikan manfaat baik terhadap semua orang. 2) ada 3 point penting menurut keraf yaitu rasionalitas, otonomom dan universal.

Bisnis yang baik adalah bisnis yang mengutamakan kepentingan konsumennya, karena seperti menurut istilah bahwa konsumen adalah raja. Selain itu bisnis juga harus memperhatikan stake holder dimana stake holder terbagi menjadi 2 yakni eksternal dan internal. Stake holder internal seperti pemilik perusahaan, manajer, karyawan sedangkan stake holder internal seperti investor, konsumen, masyarakat dan juga distributor. Keduanya harus seimbang untuk mencapai bisnis yang baik dan mampu memberi kebermanfaatn bagi sesama.

6. Kelebihan dan Kekurangan dari 3 Teori

Kelebihan dari teori utilitarianism yaitu; memfokuskan pada konsekuensi yang menghasilkan kebahagiaan dan mengurangi penderitaan. Menekankan pada kesejahteraan semua pihak yang terlibat. Kekurangannya, terkadang mengesampingkan nilai nilai moral tertentu atau terlalu pragmatis dan juga perludiimbangi dengan teori etika bisnis lainnya. Kelebihan dari teori deontology; berdasarkan pada kewajiban moral yang bersifat universal, kemudian menekankan pentingnya melakukan tugas dengan baik terlepas dari konsekuensinya. Kekurangan dari teori ini adalah kurang fleksibel dan juga terlalu sulit diterapkan dalam situasi kompleks jadi terkesan kaku.

Sedangkan kelebihan dari teori keutamaan adalah; berfokus padakarakter atau sifat moral yang baik. Menyediakan pedoman yang fleksibel dan dapatmembantu pengambilan keputusan yang etis. Kekurangan dari teori ini adalah penilainnya terlalu subjektif terhadap kebaikan karakter dan juga sulit menentukan apakah seseorang memiliki sifat moral yang baik atau tidak.

D. Simpulan

Dalam keseharian bisnis, menerapkan prinsip utilitarianisme bisa menemui berbagai kendala, terutama yang berkaitan dengan keuangan. Namun, manfaat jangka panjangnya seperti mempunyai citra positif, mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan lainnya. Maka sangat penting untuk pelaku bisnis menganggap bahwa sebuah dorongan atau tindakan bisnis harus sesuai dan bisa diterima oleh banyak orang. Etika membantu mencegah tindakan yang merugikan dan membimbing manusia menuju kehidupan sosial yang teratur. Lebih dari itu,

nilai- nilai etika perlu diwariskan kepada generasi berikutnya. Karena pada dasarnya etika membantu manusia dalam mencapai potensi moral tertingginya.

Teori-teori etika bisnis ini tidak bersifat eksklusif melainkan saling melengkapi. Diperlukan pertimbangan atas nilai-nilai moral, kewajiban serta konsekuensi dan karakter yang ada dalam mengambil keputusan bisnis. Dalam praktiknya, kombinasi pendekatan tiga teori tersebut dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis yang etis dan bertanggungjawab. Dan yang sangat penting dalam penerapannya adalah kesadaran akan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing teori dapat membantu pengusaha dan pemimpin bisnis untuk membuat keputusan yang lebih bijaksana dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ailey, Olivia. 2010. "What Knowledge is Necessary for Virtue?". *Jurnal of Etchhis & Sosial Phylosophy*, Vol.4, No.2. Februari, hal. 1-17
- Bertens K. 2005. *Etika*, Jakarta:Gramedia