

ETIKA BISNIS BERBASIS TEORI KEUTAMAAN

¹Naufal Ikram Sukmawan, ²Raihan Arkan Rabbani

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

Email: ¹naufalikram21okto@gmail.com, & ²raihanrabbani2001@gmail.com

Abstrak

Jurnal ini mengeksplorasi aplikasi teori keutamaan dalam konteks etika bisnis untuk memahami bagaimana nilai-nilai fundamental, seperti kejujuran, keadilan, dan pertanggungjawaban, dapat membimbing pengambilan keputusan bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mewawancarai pemimpin bisnis dan menganalisis praktik bisnis di beberapa perusahaan besar. Temuan menunjukkan bahwa prinsip-prinsip keutamaan dapat menjadi landasan etika yang kokoh dalam mengatasi dilema etis dan meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan. Implikasi praktisnya mencakup pengembangan kebijakan bisnis yang lebih etis dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Selain itu, penelitian ini membandingkan temuannya dengan teori etika bisnis lainnya, menunjukkan kesesuaian dan perbedaan yang memberikan wawasan tambahan. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman etika bisnis berbasis teori keutamaan dan merangsang diskusi tentang pentingnya integritas nilai-nilai dalam dunia bisnis modern.

Kata Kunci: *Bisnis, Etika Bisnis, Teori Keutamaan.*

Abstract

This journal explores the application of virtue theory in the context of business ethics to understand how fundamental values, such as honesty, fairness, and accountability, can guide business decision making. This research uses a qualitative approach by interviewing business leaders and analyzing business practices in several large companies. The findings show that the principles of primacy can be a solid ethical foundation in overcoming ethical dilemmas and increasing corporate social responsibility. Practical implications include developing more ethical business policies and supporting environmental sustainability. Additionally, this study compares its findings with other business ethics theories, demonstrating congruence and differences that provide additional insights. Overall, this research contributes to an understanding of virtue theory-based business ethics and stimulates discussion about the importance of values integrity in the modern business world.

Keywords: Business, Business Ethics, Virtue Theory.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan kompleksitas bisnis kontemporer, etika bisnis menjadi aspek krusial yang membentuk perilaku dan Keputusan organisasi. Salah satu pendekatan teoretis yang muncul sebagai landasan yang kuat untuk memandu praktik bisnis yang etis adalah Teori Keutamaan atau Virtue Ethics. Teori ini menempatkan penekanan pada pengembangan karakter dan sifat baik dalam menghadapi tantangan etis, seiring dengan upaya menciptakan organisasi

yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Jurnal ini bertujuan untuk menyelidiki dan membahas peran Teori Keutamaan dalam membentuk etika bisnis. Dengan menggali konsep keutamaan sebagai dasar etika bisnis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diterapkan dalam konteks praktis. Melalui kajian teoretis dan analisis kasus-kasus nyata, jurnal ini akan menjelaskan relevansi dan implikasi Teori Keutamaan dalam membentuk perilaku etis di berbagai tingkatan organisasi.

Dalam perjalanannya, jurnal ini akan membahas konsep dasar Teori Keutamaan, menguraikan perbedaannya dengan pendekatan etika bisnis lainnya, dan merinci bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diintegrasikan ke dalam kerangka kerja bisnis. Pemahaman yang mendalam terhadap keutamaan sebagai fondasi etika bisnis diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pemimpin bisnis, pengambil keputusan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam menghadapi dilema etis sehari-hari. Melalui penelitian ini, diharapkan bahwa kita dapat memperkaya literatur etika bisnis dengan memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman kita tentang bagaimana Teori Keutamaan dapat membentuk budaya bisnis yang berintegritas dan berkelanjutan. Kesadaran terhadap nilai-nilai keutamaan dalam konteks bisnis dapat menjadi fondasi utama untuk memandu organisasi menuju praktik bisnis yang tidak hanya sukses secara finansial tetapi juga memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan.

LANDASAN TEORI

Pengertian Etika

Pada mulanya, istilah etika tak dapat dilepaskan dari kata aslinya yaitu kata *ethos* yang berasal dari bahasa Yunani yang memiliki arti kebiasaan (*custom*) ataupun karakter. Hal tersebut dapat diartikan bahwasannya etika selalu berhubungan dengan nilai dan norma, sistem hidup yang baik, keteraturan hidup yang baik serta seluruh kebiasaan yang dipegang lalu diturunkan dari satu generasi ke generasi yang lainnya sehingga hal tersebut bersifat secara turun temurun. R.W. Griffin menyatakan bahwasannya etika merupakan prinsip yang dipegang dalam cara bertindak secara benar ataupun salah dimana pada tindakan tersebut dapat memengaruhi aspek yang lainnya. Etika amat erat kaitannya dengan tindakan seseorang, terlebih tindakan dari para pebisnis, tindakan tersebut apakah dapat dikatakan etis ataupun tidak etis. R.W. Griffin menyatakan bahwasannya perilaku etis ialah perilaku yang baik sesuai seperti nilai dan norma sosial yang berlaku di masyarakat yang mengatur mengenai perilaku yang dinilai baik ataupun buruk. Kant juga memberikan pernyataan bahwasannya, etika bertujuan agar dapat memantik kesadaran seseorang agar dapat berperilaku melalui kesadaran sendiri tanpa dipengaruhi oleh orang lain. Etika memberikan dorongan terhadap seseorang agar dapat bertindak dengan diiringi kebebasan tanpa melupakan tanggung jawabnya sendiri. Bisnis merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk dapat meningkatkan nilai dengan aktivitas perdagangan berupa jasa ataupun barang dengan harapan dapat memperoleh keuntungan secara maksimal dari peningkatan nilai yang dilakukan. Proses bisnis dilaksanakan sebagai sebuah pekerjaan dari seseorang ataupun aktivitas sekelompok orang/organisasi. Umumnya motivasi

banyak orang dalam melakukan kegiatan bisnis ialah agar mendapatkan penghasilan. Pada aturan bisnis kapitalis ataupun kapitalisme, sebuah bisnis/usaha diciptakan agar dapat memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Scholl berpendapat bahwasannya bisnis merupakan kegiatan yang dikelola serta diawasi agar dapat menghasilkan barang maupun jasa bagi konsumen dengan harapan mendapatkan keuntungan. R.W. Griffin menyatakan bahwasannya bisnis ialah sekelompok orang yang menciptakan barang ataupun jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

Berdasarkan uraian diatas bisnis ialah sebuah organisasi ataupun kelompok yang menyediakan jasa ataupun barang yang diperlukan masyarakat. Pada pengertian tersebut terdapat makna bahwasannya organisasi tersebut dapat berasal dari pihak swasta ataupun pemerintah agar dapat menyediakan kebutuhan masyarakat. Bisnis diartikan sebagai keseluruhan total usaha yang mencakup pertanian, produksi, distribusi dan lainnya yang beroperasi agar dapat menciptakan dan memberikan barang serta jasa bagi konsumen.

Pada awalnya, etika menjadi aspek yang dapat berdampak bagi para pengusaha diman aspek tersebut dapat memengaruhi karakter, perilaku serta aktivitas dari bisnis yang dijalankan. Etika merupakan studi mengenai perilaku seseorang yang dilihat berdasarkan baik dan buruknya perilaku tersebut dipandang dari akal sehat. Etika bisnis dikatakan sebagai etika manajemen dimana implementasi etika dilakukan terhadap bisnis yang dijalankan. Etika bisnis merupakan serangkaian nilai mengenai benar, salah baik ataupun buruk dalam dunia bisnis yang didasarkan pada dasardasar dan aspek moral.

Teori – Teori Etika bisnis

© Teori Deontology

Deontologi bersumber daripada pembendaharaan Yunani, yaitu deon yang didefinisikan sebagai kewajiban. Etika deontologi mendorong manusia agar dapat bertindak secara baik. Sebuah tindakan dinilai oleh diri sendiri baik tindakan itu dapat dikatakan benar ataupun salah. Berdasarkan teori Deontologi kewajiban seseorang dilakukan oleh seseorang sebagai perwujudan tanggung jawab terhadap perintah yang diterima oleh dirinya sendiri. Konsumen pada dasarnya selalu menginginkan rasa puas baik dalam pelayanan ataupun produk yang dibelinya.

© Teori Teologi

Teologisme bersumber dari diksi yunani telos yang memiliki arti tujuan. Teori teologi merupakan sebuah teori etika yang menilai baik ataupun buruk tindakan dapat dilihat dari tujuan yang telah ditetapkan dalam pelaksanaan tindakan tersebut, ataupun berdasarkan akibat yang timbul dari adanya tindakan tersebut. Sebuah tindakan dikatakan baik apabila memiliki tujuan untuk memperoleh sesuatu yang baik sebaliknya apabila sebuah tindakan ditujukan untuk sesuatu yang buruk maka tindakan tersebut dapat dikatakan buruk.

© Teori Hak Asasi

Teori hak asasi merupakan solusi atas dilema moral dengan cara merencanakan hak serta tuntutan moral yang akan dihadapi dalam proses pemecahan dilemma moral tersebut. Aspek paling penting yang terdapat pada pendekatan hak asasi ialah bahwasannya tuntutan moral seseorang ialah bahwasannya haknya dapat diperlakukan sebagai serius. Pada teori ini, pembahasan menitikberatkan pada sesuatu yang menjadi hak manusia serta bagaimana cara agar hak tersebut dapat dijunjung tinggi. Apabila seseorang diperlakukan tidak baik oleh sebuah perusahaan maka orang tersebut patut untuk dapat memerjuangkan haknya baik secara langsung maupun tidak langsung.

© Teori Keutamaan

Teori keutamaan bukan hanya mempertimbangkan mana perilaku yang baik ataupun perilaku yang tidak baik. Teori keutamaan membahas mengenai sesuatu yang dimana sebuah tindakan dapat dikatakan etis apabila dilakukan dengan tujuan memenuhi kepentingan dari seseorang yang menjalankan tindakan tersebut. Pada teori keutamaan, kepuasan menjadi kriteria yang amat penting untuk diteliti, dikarenakan setiap orang harus dipenuhi segala kepentingan dan keinginannya. Upaya agar dapat melakukan pemenuhan kebutuhan seseorang dapat menimbulkan munculnya sikap egois terhadap seseorang yang melakukannya.

© Teori Relative

Teori relative menyatakan bahwasannya sebuah etika bersifat relatif. Permasalahan yang muncul dalam praktik teori ini ialah timbulnya sifat egois, patokan pada diri manusia hanya berfokus pada diri sendiri serta mengabaikan segala sesuatu yang berkaitan dengan pihak-pihak yang berda di luar dirinya sendiri. Apabila kita mendalami teori teori relative ini, pandangan seseorang akan bersifat subjektif, dengan artian, apabila pihak A berpikir hal tersebut merupakan sesuatu yang terbaik maka pihak B belum dipastikan memiliki opini yang serupa begitu pula sebaliknya. Hal tersebut disebabkan karena perspektif masing-masing orang berbeda.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian untuk jurnal berjudul "Etika Bisnis Berbasis Teori Keutamaan" melibatkan pendekatan kualitatif untuk memahami implementasi nilai-nilai moral keutamaan dalam konteks pengambilan keputusan organisasi. Penelitian ini menggunakan tinjauan literatur yang komprehensif untuk merinci konsep-konsep kunci teori keutamaan, seperti keadilan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial. Dengan menentukan variabel penelitian yang mencakup penerapan nilai-nilai keutamaan dalam kebijakan perusahaan, dampaknya terhadap keterlibatan karyawan, dan citra perusahaan, penelitian ini berfokus pada beberapa studi kasus dari berbagai sektor industri. Metode pengumpulan data melibatkan wawancara mendalam dengan pemimpin perusahaan, manajer, dan karyawan, serta fokus kelompok untuk mendapatkan perspektif yang beragam. Analisis data menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola dan temuan kunci terkait implementasi etika bisnis berbasis teori

keutamaan dalam praktik organisasi. Upaya validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan keakuratan dan keandalan temuan penelitian. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak implementasi etika berbasis teori keutamaan terhadap kinerja organisasi. Dengan menggabungkan analisis data keuangan, survei karyawan, dan persepsi pemangku kepentingan eksternal terhadap perusahaan, penelitian ini berusaha memberikan pemahaman yang holistik tentang kontribusi nilai-nilai keutamaan terhadap aspek-aspek penting dalam lingkup bisnis. Proses penyajian dan interpretasi data akan melibatkan pemakaian narasi yang jelas untuk mengkomunikasikan temuan penelitian secara efektif kepada pembaca. Dengan demikian, metodologi penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam dan relevan tentang praktik etika bisnis berbasis teori keutamaan, serta memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan pemahaman etika bisnis dalam konteks organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman etika bisnis dengan memfokuskan pada penerapan teori keutamaan. Temuan kami menunjukkan bahwa dalam konteks bisnis, prinsip-prinsip keutamaan seperti kejujuran, keadilan, dan pertanggung jawaban dapat menjadi pedoman yang kuat dalam pengambilan keputusan bisnis. Temuan ini konsisten dengan teori keutamaan yang menekankan pentingnya nilai-nilai fundamental dalam proses pengambilan keputusan.

Etika ialah kajian yang mempelajari standar moral individu maupun standar moral dalam organisasi. Individu mulai peduli pada etika pada saat ia memakai standar moral yang dipelajari dari lingkungan terdekat ataupun lingkungan pertemanan, lalu membuat pertanyaan apakah standar moral tersebut merujuk pada keadaan yang saya rasakan? Apakah standar tersebut bersifat rasional? Apakah terdapat faktor yang dapat mendukung atau menentang standar moral tersebut? Velasquez (2005). Etika merupakan sebuah ilmu yang mempelajari standar moral dimana bertujuan agar dapat memberikan barometer. Namun Etika Bisnis yang dinyatakan oleh Velasquez (2005) dapat diartikan sebagai sebuah ilmu yang ditujukan agar dapat mendalami kajian mengenai baik ataupun benarnya sesuatu. Ilmu tersebut cenderung berpatokan pada standar moral seperti apa yang seharusnya diimplementasikan pada sebuah regulasi, kegiatan bisnis ataupun pada organisasi secara keseluruhan.

Keutamaan dalam Etika Bisnis

Keutamaan yang disampaikan oleh Bertens (2013) mampu diartikan sebagai sistem watak ataupun karakteristik watak yang didapatkan seseorang serta memungkinkan seseorang tersebut agar dapat berlaku baik menurut standar moral. Terdapat beberapa teori keutamaan yang dapat diterapkan dalam sebuah bisnis yang meliputi, keuletan, kepercayaan, kejujuran serta keadilan. Serta terdapat faktor-faktor yang terlibat lainnya yang meliputi, kehormatan, kesetiaan, keramahan serta rasa malu. Kejujuran, secara luas dapat dianggap sebagai keutamaan yang paling utama yang harus dimiliki oleh seorang pebisnis. Orang yang berlaku jujur serta tidak

memberikan kebohongan pada kegiatan bisnis yang dijalankannya dapat memberikan hal-hal baik terhadap orang tersebut. Pelaku bisnis yang berlaku jujur akan selalu menjunjung kejujuran dengan cara memberikan informasi maupun keterangan yang benar serta sesuai.

Fairness yang dapat diartikan sebagai sikap wajar ialah kesediaan seseorang agar dapat memberikan sesuatu yang bersifat wajar terhadap orang lain serta dengan sifat wajar tersebut dapat disetujui/disepakati oleh Kepercayaan ialah sebuah poin keutamaan yang dapat diterapkan dalam sebuah bisnis. Kepercayaan harus mampu diletakkan dalam hubungan timbal balik para pelaku bisnis. Bisnis yang memiliki sebuah keutamaan ini haruslah membayangkan bahwasannya partner mempunyai tingkat kepercayaan yang sama. Kepercayaan yang bertolak dari bayang bahwa partnernya layak diberikan kepercayaan ataupun bersifat bonafide, sebagaimana ia sendiri bonafide juga terhadap partner mereka.

Pelaku bisnis yang mempunyai kepercayaan dapat dengan mudah menerima partnernya sebagai seorang pihak yang mampu untuk diandalkan. Ketekunan, pelaku bisnis dapat bertahan terhadap segala keadaan yang dianggap sulit. Pelaku bisnis harus mampu melakukan negosiasi yang kompleks mengenai project ataupun sebuah transaksi yang mempunyai nilai yang besar. Keramahan ialah sebuah keutamaan yang berhubungan dengan inti dari proses bisnis itu sendiri, tidak sekedar untuk dapat memikat para pelanggan tetapi pebisnis yang mempunyai sifat keramahan ini mempunyai aspek yang hakiki dalam hubungan yang dijalin tidak hanya dalam bisnis akan tetapi dalam hubungannya dengan orang lain.

Loyalitas dapat diartikan bahwasannya karyawan tidak hanya bekerja agar mendapatkan upah semata akan tetapi mempunyai komitmen yang baik serta berkualitas bagi perusahaan. Ia tidak hanya berpartisipasi sebagai pihak yang dibayar untuk dapat bekerja akan tetapi haruslah mampu menjadi pihak dalam perusahaan yang dapat diandalkan. Kehormatan ialah keutamaan yang menjadikan karyawan memiliki kepekaan atas suka dan duka dan juga kesuksesan serta kegagalan yang terjadi dalam perusahaannya. dapat dirasakan para karyawannya sebagai salah satu bagian daripada nasib karyawan itu sendiri. Ia haruslah merasa bangga apabila kinerja dari perusahaannya bagus dan juga ia haruslah malu apabila perusahaan tempat ia bekerja memiliki kinerja yang buruk. Sutrisna (2010) menyampaikan bahwasannya keuntungan dapat memberikan kemungkinan yang lebih banyak agar sebuah usaha mampu bertahan dalam proses bisnisnya. Tanpa mendapatkan untung tak ada satu pun pemilik modal yang mau memberikan modalnya dan sebuah untung memungkinkan perusahaan tak sekedar bertahan, akan tetapi dapat menghidupi para pegawainya juga agar dapat mencapai taraf hidup serta tingkatan hidup yang lebih berkualitas. Bisnis tak boleh didirikan untuk sekedar mendapatkan keuntungan ataupun berlandsakan pada materi saja akan tetapi bisnis harus mempunyai faktor pendukung lainnya yang dapat membuat sebuah bisnis dapat bertahan Fahmi (2013). Lennick dan Keil (2005) menjelaskan bahwasannya perusahaan-perusahaan yang mempunyai pemimpin yang melaksanakan dan menggunakan standar etika dan moral yang baik terbukti lebih sukses dalam jangka panjang. Hal tersebut pula disampaikan oleh John M. Huntsman (2005), kunci dan landasan inti dari sebuah kesuksesan ialah

reputasi seseorang sebagai pengusaha atau pebisnis yang berpegang pada integritas serta percaya pada pihak lain.

Teori keutamaan (virtue ethics) adalah suatu pendekatan etika yang berfokus pada karakter dan moralitas individu dalam mengambil keputusan. Berbasis teori keutamaan, etika bisnis menekankan pengembangan sifat-sifat moral yang baik dalam pengambilan keputusan bisnis dan perilaku perusahaan secara umum.

KESIMPULAN

Dalam penutup jurnal ini, dapat disimpulkan bahwa Teori Keutamaan muncul sebagai landasan yang kaya dan relevan untuk membimbing praktik etika bisnis. Melalui pembahasan konsep keutamaan sebagai panduan utama dalam pengambilan keputusan, jurnal ini telah menyoroti pentingnya pengembangan karakter dan nilai-nilai baik dalam membentuk perilaku bisnis yang etis. Dalam konteks ini, Teori Keutamaan bukan hanya memberikan kerangka teoretis yang kokoh, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan budaya bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dalam perjalanannya, jurnal ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip keutamaan dapat diaplikasikan secara praktis di berbagai tingkatan organisasi. Oleh karena itu, pemimpin bisnis, pengambil keputusan, dan pemangku kepentingan dapat mengintegrasikan nilai-nilai keutamaan dalam strategi bisnis mereka untuk menciptakan dampak positif tidak hanya pada kinerja finansial, tetapi juga pada masyarakat dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Syafiq, Ahmad. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *Jurnal El-Faqih, Volume 5, Nomor 1, April 2019*
- Widyartono, Agustinus. (2017). Pengaruh Keutamaan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Pempek Di Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis, Oktober 2017*
- Wildan, Agnie Imania (2020). *Kajian Kepustakaan Mengenai Etika Dan Moral Dalam Bisnis*. Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.