

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS PERSPEKTIF TEORI KEGUNAAN DALAM PERUSAHAAN

¹Neng Memey Indah Utami, & ²Nurul Zuhrotul Fatimah

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

Email: ¹indahutamimei@gmail.com, & ²nurulzfatimah30@gmail.com

Abstrak

Tujuan artikel ini adalah untuk menyelidiki etika bisnis dari perspektif teori kegunaan atau utilitarianisme baik secara teoritis maupun empiris. Penelitian ini menggabungkan pengetahuan dari studi sebelumnya dan referensi yang relevan untuk memberikan wawasan mendalam. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui penelitian dokumenter dan analisis sumber, yang mencakup analisis kualitatif dan perbandingan dengan temuan penelitian sebelumnya serta artikel media yang relevan. Data kemudian diklasifikasikan dan dianalisis sesuai aturan tertulis untuk memahami permasalahan yang relevan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep etika bisnis dalam kerangka teori utilitarian dapat diterapkan pada berbagai aspek bisnis, termasuk pengambilan keputusan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata Kunci: *Etika, Bisnis, Teori, Kegunaan, Utilitarianisme.*

Abstract

The purpose of this article is to investigate business ethics from the perspective of utility theory or utilitarianism both theoretically and empirically. This research combines knowledge from previous studies and relevant references to provide in-depth insights. This research method uses a qualitative approach and descriptive research type. Data was obtained through documentary research and source analysis, which includes qualitative analysis and comparison with previous research findings and relevant media articles. The data is then classified and analyzed according to written rules to understand relevant problems. The data analysis method used is qualitative and descriptive analysis. The research results show that the concept of business ethics within the framework of utilitarian theory can be applied to various aspects of business, including decision making and corporate social responsibility.

Keywords: Ethics, Business, Theory, Usefulness, Utilitarianism.

A. PENDAHULUAN

Etika bisnis merupakan aspek penting dari setiap organisasi bisnis. Ini melibatkan penerapan prinsip dan nilai etika dalam menjalankan aktivitas bisnis. Kegunaan atau Utilitarianisme merupakan teori etika yang dapat diterapkan dalam bisnis. Teori ini berpendapat bahwa tindakan terbaik adalah tindakan yang memaksimalkan keuntungan bersama bagi pihak-pihak yang terlibat. Artikel ini bertujuan untuk memahami konsep etika

bisnis dari perspektif teori utilitarian atau utilitarian theory. Utilitarianisme dan Etika Bisnis: Utilitarianisme adalah teori etika yang menekankan pentingnya memaksimalkan kesejahteraan pemangku kepentingan secara keseluruhan. Dalam konteks bisnis, teori ini menegaskan bahwa tindakan terbaik adalah tindakan yang memaksimalkan manfaat pemangku kepentingan secara keseluruhan, termasuk pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat. Teori ini didasarkan pada prinsip konsekuensialisme, yang menyatakan bahwa moralitas suatu tindakan ditentukan oleh konsekuensinya.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah bidang lain di mana utilitarianisme dapat diterapkan. CSR melibatkan tindakan sukarela oleh organisasi bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemangku kepentingan dan masyarakat. Utilitarianisme berpendapat bahwa kegiatan CSR harus bertujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemangku kepentingan dan masyarakat secara keseluruhan.

Manajemen pemangku kepentingan adalah bidang lain di mana utilitarianisme dapat diterapkan. Manajemen pemangku kepentingan melibatkan identifikasi dan pengelolaan kepentingan pemangku kepentingan. Utilitarianisme berpendapat bahwa pengelolaan pemangku kepentingan harus bertujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemangku kepentingan secara keseluruhan.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah studi dokumenter, yang melibatkan analisis sumber bukti dalam bentuk kualitatif dan perbandingan temuan penelitian sebelumnya dan artikel media yang relevan dengan topik yang dibahas. Data yang dikumpulkan disusun sesuai pedoman penulisan dan dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif untuk memudahkan pembahasan permasalahan yang dimuat dalam artikel.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Latin "*Etica*" yang merujuk pada filsafat moral, dan mengacu pada prinsip-prinsip hidup yang benar dari sudut pandang budaya, moral, dan agama. Asal muasal moralitas ini berakar pada kata Yunani "*ethos*," yang menggambarkan kebiasaan atau karakter. Etika memiliki banyak interpretasi, seperti norma-norma perilaku yang benar yang dipegang oleh kelompok atau masyarakat tertentu, dan kajian tentang prinsip-prinsip perilaku yang baik dan benar sebagai bagian dari filsafat moral. Etika adalah penelitian kritis dan rasional tentang norma-norma yang tercermin dalam perilaku sehari-hari manusia. Ki Hajar Dewantara mendefinisikan etika sebagai ilmu yang mempelajari konsep baik (dan jahat) dalam kehidupan manusia, khususnya yang terkait dengan proses berpikir dan emosi yang

membentuk perilaku.

Menurut Austin Fogosi, moralitas tidak hanya berhubungan dengan kebiasaan yang didasarkan pada karakter, tetapi juga mengaitkan kebiasaan dengan sifat-sifat dan prinsip-prinsip mendasar manusia, terutama terkait dengan pemahaman tentang "kebaikan". Etika semacam ini mencakup semua ilmu yang terkait dengan manusia atau masyarakat secara luas, seperti antropologi, psikologi, sosiologi, ekonomi, ilmu politik, dan hukum. Namun, etika tidak hanya bergantung pada kaidah agama, tetapi lebih ditekankan pada ilmu yang diciptakan oleh pikiran manusia itu sendiri.

Kamus Bahasa Indonesia membedakan etika menjadi tiga pemahaman, yaitu ilmu tentang baik dan buruk, ilmu tentang hak dan kewajiban moral, dan prinsip dan nilai yang terkait dengan moralitas, serta nilai benar dan salah. Dari ketiga konsep etika ini, kita dapat lebih memahami bahwa etika adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai-nilai dan ciri-ciri yang menjadi landasan dan ukuran moralitas. Etika melibatkan analisis dan penerapan konsep seperti baik dan buruk, salah dan benar, serta tanggung jawab. Karena itu, etika mencerminkan perilaku manusia dan mendorong individu untuk berperilaku bijaksana berdasarkan pertimbangan rasional, dengan tujuan untuk membuat perilaku manusia dapat dipertanggungjawabkan.

2. Pengertian Bisnis

Perdagangan adalah kegiatan komersial krusial yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi. Kata "*commerce*" berasal dari bahasa Inggris "*business*". Dalam terminologi ekonomi, bisnis adalah suatu entitas yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau organisasi lain dengan tujuan meraih laba. Secara etimologis, bisnis mengacu pada situasi di mana seseorang atau kelompok melakukan aktivitas yang menghasilkan keuntungan. Istilah "perusahaan" dapat merujuk pada badan komersial dengan tujuan mencari keuntungan, atau merujuk pada sektor pasar tertentu atau segala kegiatan yang dilakukan masyarakat untuk menyediakan barang dan jasa.

Bisnis didefinisikan oleh berbagai ahli sebagai serangkaian kegiatan terkait dengan pembelian dan penjualan barang dan jasa, organisasi yang menjual barang atau jasa untuk meraih laba, sistem yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dan penyediaan barang dan jasa untuk tujuan memperoleh keuntungan.

Dalam lingkup bisnis, etika memiliki peranan penting untuk menjadikan sebuah bisnis dianggap sebagai bisnis yang baik. Bisnis yang bersifat etis adalah bisnis yang berlandaskan pada serangkaian nilai yang tinggi, berakar pada hati nurani, empati, dan standar moral. Bisnis dikatakan beretika ketika seorang wirausahawan senantiasa

memegang teguh hati nuraninya dalam setiap tahap menjalankan bisnisnya.

3. Pengertian Etika Bisnis

Secara etimologis, etika berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" dalam bentuk tunggal dan "*ta etha*" dalam bentuk jamak, yang berarti sikap, cara berpikir, kualitas moral, atau adat istiadat. Hal ini mirip dengan kata "*moral*", yang berasal dari bahasa Latin "*mos*" atau "*mores*" dan juga mengacu pada adat istiadat atau cara hidup. Meskipun etika dan moral memiliki arti yang sama, namun terdapat perbedaan dalam penggunaannya sehari-hari, dengan "*moral*" digunakan untuk mengevaluasi tindakan yang dilakukan, sedangkan "*etika*" lebih berfokus pada studi tentang sistem nilai suatu kelompok atau masyarakat tertentu.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang bermoral, sehingga dalam menjalankan suatu perusahaan tidak bisa hanya mengutamakan kepentingan pebisnisnya sendiri. Selain mengejar kepentingan dan kebahagiaan pribadi, para pebisnis mempunyai tanggung jawab dan misi untuk memperbaharui masyarakat sekitar yang pada akhirnya berdampak dengan kehadiran perusahaan. Memang mengejar keuntungan yang besar adalah hal yang sah dalam berbisnis, namun ada baiknya jika sejalan dengan prinsip etika bisnis. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar pula tanggung jawab etika dan sosial khususnya kepada masyarakat.

Etika bisnis, seperti halnya etika pada umumnya, dapat diterapkan pada tiga tingkatan, yaitu tingkat makro, meso, dan mikro. Pada tingkat makro, etika bisnis mengeksplorasi aspek etika dari keseluruhan sistem ekonomi atau skala besar. Pada tingkat meso (menengah), etika bisnis menyelidiki isu-isu etika yang relevan dengan organisasi. Pada tingkat mikro, fokusnya adalah pada individu dalam lingkungan ekonomi atau bisnis.

Etika bisnis juga dapat dijelaskan sebagai pemahaman tentang prinsip-prinsip ideal yang mengatur bisnis dengan mempertimbangkan norma dan moral ekonomi dan sosial yang berlaku secara umum. Setiap perusahaan wajib menaati dan menerapkan kode etik yang meliputi kejujuran, komitmen, integritas, dan loyalitas.

Dalam proses bisnisnya, perusahaan seringkali mengabaikan nilai-nilai etika bisnis dalam mencapai tujuannya. Tantangan dalam dunia bisnis dapat muncul baik dari faktor internal seperti konflik antar karyawan maupun faktor eksternal seperti dampak operasional suatu perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Jika permasalahan ini tidak segera diatasi maka akan berdampak pada bisnis. Sayangnya, masih banyak pengusaha di Indonesia yang tidak memperhatikan etika bisnis.

Secara sederhana, etika bisnis mencakup cara menjalankan bisnis yang memperhatikan segala aspek yang berkaitan dengan individu, dunia usaha, industri, dan masyarakat. Hal ini termasuk mengelola bisnis secara adil dan sesuai dengan hukum yang

berlaku, tanpa memandang status seseorang atau perusahaan di masyarakat.

Etika bisnis juga merupakan kajian mendalam tentang perbedaan benar dan salah yang berkaitan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kebijakan, sistem, dan perilaku perusahaan. Etika bisnis membahas standar formal dan bagaimana standar tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan oleh masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa, dan berlaku untuk semua individu dalam organisasi tersebut.

4. Fungsi Dan Etika Bisnis Terhadap Perusahaan

Dalam dunia bisnis, pengaruh etika terhadap kemajuan suatu perusahaan tidak bisa dilebih-lebihkan. Dilema etika yang muncul dalam suatu perusahaan sering kali merupakan hasil dari pembagian kerja ke dalam berbagai bidang khusus, yang masing-masing mempunyai permasalahan etika yang unik. Berikut adalah beberapa contoh permasalahan etika yang dapat muncul di berbagai bidang operasi perusahaan: a. Bidang etika akuntansi berkaitan dengan prinsip dan nilai moral yang mengatur perilaku etis dalam konteks praktik bisnis. Prinsip-prinsip ini menekankan pentingnya bersikap jujur, transparan, dan bertanggung jawab atas tindakan dan keputusan seseorang. Dalam profesi akuntansi, etika memainkan peran penting dalam memastikan keakuratan dan keandalan informasi keuangan, serta dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelaporan keuangan. Kepatuhan terhadap standar etika sangat penting untuk menjaga integritas profesi dan untuk menjunjung kepercayaan klien dan pemangku kepentingan terhadap profesional akuntansi. Perusahaan sangat bergantung pada fungsi akuntansi, menjadikannya aspek penting dalam operasi mereka. Oleh karena itu, sangat penting bahwa kegiatan akuntansi dilakukan dengan kepatuhan yang kuat terhadap kejujuran, integritas, dan akurasi. Sayangnya, ada beberapa praktik akuntansi yang dianggap tidak etis, seperti pembuatan laporan keuangan yang berbeda untuk berbagai pihak dengan tujuan mengambil keuntungan dari informasi palsu; b. Etika Keuangan, juga dikenal sebagai Etika Bisnis di Sektor Keuangan, adalah bidang studi yang mengkaji standar etika dan prinsip perilaku dalam industri keuangan. Hal ini menggali kewajiban moral individu dan organisasi untuk bertindak demi kepentingan terbaik klien dan pemangku kepentingan mereka sambil mematuhi peraturan hukum. Bidang Etika Keuangan juga menyelidiki dilema etika yang muncul dalam industri dan berupaya menetapkan pedoman untuk pengambilan keputusan yang bertanggung jawab. Investor menderita kerugian akibat skandal keuangan yang timbul dari pelaksanaan fungsi keuangan yang tidak etis. Di sektor keuangan, pelanggaran etika dapat terwujud dalam bentuk "*window dressing*" pada laporan keuangan, yaitu praktik di mana kredit dicari dengan menampilkan kondisi keuangan yang lebih sehat daripada kondisi sebenarnya; c. Pertimbangan etis seputar praktik bisnis dalam bidang produksi dan pemasaran merupakan isu yang kompleks dan memiliki banyak segi. Kekhawatiran ini, yang sering disebut sebagai etika produksi dan pemasaran, memerlukan pendekatan komprehensif untuk mengatasinya. Penting bagi dunia usaha untuk mengevaluasi dan mempertimbangkan dampak strategi produksi dan pemasaran mereka

terhadap lingkungan dan masyarakat. Dengan melakukan hal ini, mereka dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan memprioritaskan kesejahteraan seluruh pemangku kepentingan yang terlibat. Dalam bidang produksi dan pemasaran, masalah etika mungkin muncul dalam hubungan antara bisnis dan pelanggannya. Untuk melindungi konsumen dari penganiayaan, pemerintah telah menetapkan undang-undang untuk melindungi mereka dari berbagai praktik tidak etis. Undang-undang ini melarang segala tindakan yang berpotensi merugikan konsumen;

d. Etika Bisnis di Bidang Teknologi Informasi (*Information Technology Ethics*) Ranah etika teknologi informasi, atau etika bisnis di bidang teknologi informasi, merupakan bidang studi yang berkonsentrasi pada keprihatinan moral dan etika yang muncul dalam konteks teknologi dan penggunaannya dalam dunia bisnis. Selama tahun 1990an hingga awal tahun 2000an, bidang teknologi informasi muncul sebagai sumber utama dilema etika. Kesulitan-kesulitan ini mencakup kekhawatiran terhadap privasi, pengumpulan dan pengamanan informasi bisnis, dan perlindungan hak cipta, khususnya dalam pengembangan perangkat lunak, musik, dan hak kekayaan intelektual.

5. Sanksi Pelanggaran Yang Akan Diterima Jika Perusahaan Tidak Menerapkan Etika Didalam Bisnisnya

Sanksi atas pelanggaran etika bisnis dapat memberikan dampak yang signifikan bagi suatu perusahaan. Misalnya, Pasal 22 menegaskan bahwa operator dilarang berkolusi dengan pihak lain untuk memenangkan tender, sehingga menimbulkan persaingan usaha yang kejam. Pelanggaran-pelanggaran tersebut antara lain kolusi dalam penyesuaian dokumen penawaran, menciptakan kompetisi palsu, dan memberikan kesempatan eksklusif kepada peserta lelang tertentu. Perusahaan yang terlibat dalam pelanggaran ini akan dikenakan sanksi karena melanggar prinsip etika dan melakukan penipuan. Sanksi atas pelanggaran aturan etika bisnis dan etika kerja (*Code of Conduct*) berlaku bagi karyawan sesuai dengan aturan disiplin karyawan dan peraturan kepegawaian yang berlaku. Sanksi terhadap anggota komite dan direksi dilaksanakan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar perseroan dan keputusan rapat pemegang saham. Laporan dugaan pelanggaran yang tidak didukung bukti masih dapat dikenakan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Hal ini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap etika bisnis tidak hanya bergantung pada perusahaan itu sendiri, namun juga pada kejujuran dan integritas karyawannya. Hal ini penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang beretika dan memastikan perusahaan menerapkan standar etika dalam bisnisnya.

6. Teori Etika Utilitarianisme (Utilitarianisme Ethical Theory)

Utilitarianisme adalah etika yang menekankan kegunaan, terutama dalam menilai baik dan buruk, adil dan tidak adil, suatu tindakan atau akibat yang ditimbulkannya.

Etika jenis ini disebut juga etika konsekuensialis karena fokusnya pada hasil akhir.

Pendekatan etika utilitarian ini telah mempengaruhi perspektif manusia dalam konteks perilaku ekonomi modern, dimana para pebisnis seringkali menekankan pada pencapaian hasil dan konsekuensi, namun seringkali mengabaikan prosesnya. Dampaknya, masyarakat terperosok dalam pemikiran utilitarian yang cenderung melegitimasi segala cara untuk mencapai tujuan. Hal ini juga relevan dengan manajemen pemangku kepentingan, dan dalam konteks pengambilan keputusan, teori utilitarian berpendapat bahwa keputusan yang optimal adalah keputusan yang memaksimalkan niat baik.

Penerapan utilitarianisme dalam bisnis melibatkan banyak aspek seperti pengambilan keputusan, tanggung jawab sosial perusahaan, kepentingan publik-*stakeholder*, dll. Artinya keputusan harus mempertimbangkan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, bukan hanya kepentingan pemegang saham.

Utilitarianisme adalah teori etika normatif yang menyatakan bahwa tindakan yang benar adalah tindakan yang memaksimalkan utilitas, biasanya didefinisikan sebagai meningkatkan kebahagiaan dan mengurangi penderitaan. Nama "utilitarianisme" sendiri berasal dari kata Latin "*utilis*" yang berarti berguna atau menguntungkan. Teori ini biasa juga dikenal dengan Teori Kebahagiaan Maksimum.

Utilitarianisme sebagai sebuah teori yang pertama kali dikemukakan oleh Jeremy Bentham dan kemudian dikembangkan oleh John Stuart Mill, menciptakan kerangka moral yang menyatakan bahwa kebaikan adalah apa yang bermanfaat, berguna dan menguntungkan. Sebaliknya, sesuatu yang dianggap buruk, tidaklah baik atau merugikan. Menurut prinsip ini, tindakan diukur berdasarkan tingkat manfaat yang dihasilkannya.

Ada dua varian teori utilitarian, yaitu utilitarianisme tindakan, yang menyatakan bahwa suatu tindakan dinilai baik jika menghasilkan akibat yang menguntungkan; dan utilitarianisme preskriptif, yang menyatakan bahwa sesuatu bermanfaat jika sesuai dengan peraturan yang berlaku, maka perilaku tersebut dianggap baik.

7. Terdapat 3 (Tiga) Nilai Positif Teori Etika Kegunaan (Utilitarianisme Ethics Theory)

Menurut Clough, teori etika utilitarian atau teori etika utilitarian memiliki 3 (tiga) nilai positif antara lain: a. Rasionalitas moral, prinsip etika utilitarian tidak bertumpu pada aturan ketat yang mungkin sulit dipahami validitasnya. Etika utilitarian memberikan standar yang obyektif dan masuk akal; b. Otonomi Etika utilitarian sejati menghormati kebebasan berpikir dan bertindak setiap subjek moral dan hanya berfokus pada tiga standar objektif dan rasional yang telah dijelaskan sebelumnya. Tidak ada batasan yang memaksa individu untuk bertindak tanpa alasan yang kuat; c. Universalitas, utilitarianisme mengutamakan manfaat atau akibat suatu tindakan kepada sebanyak-banyaknya orang. Suatu tindakan dianggap etis jika memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi sebanyak mungkin orang.

8. Etika Bisnis Dari Perspektif Teori Utilitarianisme

Etika bisnis, dari sudut pandang teori utilitarian, adalah seperangkat nilai dan prinsip yang mengatur perilaku bisnis dan dapat dianggap baik atau buruk. Etika bisnis berperan penting dalam menjaga kepercayaan dan reputasi perusahaan serta memastikan bahwa operasi bisnis dilakukan secara adil dan bertanggung jawab. Salah satu teori yang dapat digunakan untuk memahami etika bisnis adalah teori utilitarian.

Teori utilitarian merupakan teori etika yang menekankan pada konsep kebahagiaan dan kesejahteraan. Menurut teori ini, perilaku yang baik adalah perilaku yang memberikan kebahagiaan dan kesejahteraan terbesar bagi sebanyak mungkin orang. Dalam lingkungan bisnis, teori utilitarian dapat digunakan untuk menentukan tindakan terbaik bagi bisnis dan masyarakat secara keseluruhan.

Dari perspektif teori utilitarianisme, etika bisnis dapat diterapkan dengan cara berikut: a. Mempertimbangkan dampak praktik bisnis terhadap masyarakat dan lingkungan. Pelaku usaha harus memastikan bahwa kegiatan usahanya tidak merugikan masyarakat dan lingkungan hidup, melainkan memberikan manfaat sebesar-besarnya; b. Mempertimbangkan kepentingan seluruh pemangku kepentingan bisnis, termasuk karyawan, pelanggan, pemegang saham, dan komunitas. Perusahaan harus memastikan bahwa kepentingan semua pihak diperlakukan secara adil dan seimbang; c. Memperhatikan prinsip keadilan dan kesetaraan dalam seluruh aspek operasional bisnis. Dunia usaha harus memastikan bahwa tidak ada diskriminasi dalam keputusan bisnis dan setiap orang diperlakukan secara adil; d. Memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan dampak sosial dari kegiatan usahanya dan berusaha memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat.

9. Hubungan Antara Etika Bisnis Dan Teori Utilitarianisme

Etika bisnis adalah penyelidikan standar dan prinsip etika yang diterapkan dalam lingkungan bisnis. Utilitarianisme, yang dikembangkan oleh pemikir utilitarian seperti Jeremy Bentham dan John Stuart Mill, berpendapat bahwa tindakan moral adalah tindakan yang menghasilkan konsekuensi yang paling bermanfaat bagi sebanyak mungkin orang. Hubungan antara etika bisnis dan teori utilitas adalah bahwa teori utilitas dapat digunakan sebagai kerangka etika untuk mengevaluasi keputusan bisnis berdasarkan dampak yang diharapkan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Selain itu, teori utilitarian juga menyatakan bahwa kegiatan usaha dapat dikatakan baik apabila memberikan manfaat bagi sebagian besar masyarakat. Sebagai kerangka etika dalam konteks kegiatan ekonomi, teori utilitarian konsisten dengan prinsip ekonomi. Teori ini mudah dipahami dan dijelaskan melalui teori analisis biaya-manfaat yang umum digunakan dalam ilmu ekonomi. Keuntungan utama utilitarianisme adalah kemampuannya menghitung keuntungan dan kerugian, atau kontribusi dan biaya, suatu bisnis. Banyak pendukung utilitarianisme mencoba menerapkan perhitungan moral ekonomi ini. Oleh karena itu, teori utilitas mempunyai hubungan erat dengan etika bisnis.

10. Pentingnya Teori Kegunaan Terhadap Etika Bisnis

Teori utilitarianisme memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks etika bisnis karena dapat memandu pengambilan keputusan bisnis yang etis. Dalam etika bisnis, teori utilitarianis mempertimbangkan konsekuensi dari tindakan bisnis dan dampaknya pada semua pihak terkait, termasuk karyawan, pelanggan, dan masyarakat secara umum. Dengan mempertimbangkan dampak yang diantisipasi, teori utilitarianisme membantu dalam menghindari atau meminimalkan dampak negatif serta memaksimalkan dampak positif terhadap kegiatan bisnis.

Selain itu, teori utilitarianisme memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks etika bisnis. Berikut adalah rincian mengenai pentingnya teori utilitas dalam etika bisnis: a. Fokus pada Hasil Positif: Teori utilitarianisme memungkinkan perusahaan untuk berfokus pada penciptaan manfaat yang nyata bagi semua pemangku kepentingan. Hal ini dapat membantu dalam menciptakan nilai jangka panjang; b. Kesesuaian dengan Strategi Bisnis: Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk menggabungkan pertimbangan etika dengan strategi bisnisnya, yang dapat memperkuat citra merek dan keunggulan kompetitif; c. Dukungan Keberlanjutan: Teori utilitarianisme dapat mendorong praktik bisnis yang berkelanjutan, karena memberikan prioritas pada manfaat jangka panjang daripada manfaat jangka pendek; d. Responsif terhadap Perubahan: Teori utilitarianisme membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan sosial dan lingkungan seiring berjalannya waktu, karena selalu mempertimbangkan manfaat yang dihasilkan.

11. Penerapan Teori Kegunaan Dalam Etika Bisnis Terhadap Perusahaan

Ada beberapa cara untuk menerapkan teori utilitarian dalam konteks etika bisnis. Pertama, perusahaan dapat melakukan analisis dampak sosial untuk memprediksi konsekuensi positif dan negatif dari keputusan bisnis tertentu. Selain itu, perusahaan harus

mempertimbangkan kepentingan dan perspektif seluruh pemangku kepentingan ketika mengambil keputusan dan mengupayakan keseimbangan kepentingan secara keseluruhan. Selain itu, perusahaan dapat menggunakan indikator kinerja sosial dan lingkungan untuk terus memantau dan mengukur dampak aktivitas bisnisnya.

Selain cara-cara di atas, penerapan teori utilitarian dalam etika bisnis juga dapat dilakukan dengan beberapa langkah diantaranya: a. Menentukan tujuan dan dampak: Menentukan apa yang ingin dicapai perusahaan dan dampak yang diharapkan dari tindakan yang akan diambil. Tujuan ini harus mencakup kebahagiaan atau manfaat yang diinginkan oleh sebanyak mungkin pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan; b. Analisis konsekuensi: Mempertimbangkan dampak positif dan negatif yang mungkin terjadi dan melakukan analisis konsekuensi terhadap tindakan yang akan diambil. Dampak jangka panjang dan jangka pendek serta dampak langsung dan tidak langsung harus dipertimbangkan; c. Penilaian biaya-manfaat: Penilaian biaya-manfaat dilakukan

dengan membandingkan manfaat yang diharapkan dari suatu tindakan dengan biaya atau kerugian yang mungkin ditimbulkan oleh tindakan tersebut. Tindakan yang dianggap etis adalah tindakan yang menghasilkan manfaat sebesar- besarnya dengan biaya atau kerugian yang paling kecil; d. Pertimbangkan Pemangku Kepentingan: Saat menerapkan teori utilitarian, penting untuk mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan terkait, termasuk karyawan, pelanggan, masyarakat dan lingkungan. Tindakan yang diambil harus memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan semua pihak yang terlibat; e. Evaluasi dan perbaikan: Setelah tindakan diambil, perusahaan harus terus mengevaluasi konsekuensi dari tindakan tersebut dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

12. Kelebihan Dan Kekurangan Teori Kegunaan Dalam Etika Bisnis

Keunggulan Teori Utilitas dalam Etika Bisnis: a. Fokus pada Konsekuensi: Teori utilitarian menekankan pada konsekuensi atau hasil dari tindakan. Ini memungkinkan perusahaan untuk mempertimbangkan dampak tindakan mereka terhadap seluruh pemangku kepentingan. Dengan memaksimalkan kebahagiaan atau keuntungan secara keseluruhan, sebuah bisnis dapat menciptakan nilai jangka panjang dan membangun hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingannya; b. Rasionalitas dalam pengambilan keputusan: Teori Utilitas mendorong bisnis untuk melakukan analisis biaya-manfaat sebelum mengambil keputusan. Dengan mempertimbangkan konsekuensi yang mungkin terjadi, bisnis dapat menghindari keputusan yang merugikan dan memaksimalkan keuntungan. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan mengambil keputusan yang lebih rasional berdasarkan pertimbangan obyektif; c. Mendorong inovasi dan efisiensi: Teori kegunaan mendorong bisnis untuk mengejar inovasi dan meningkatkan efisiensi operasi mereka. Dengan mengutamakan tindakan yang menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya, perusahaan terdorong untuk mencari cara baru untuk meningkatkan kinerja ekonominya. Hal ini dapat mendorong bisnis untuk menciptakan produk atau layanan yang lebih baik, meningkatkan proses bisnis, dan mencapai hasil keseluruhan yang lebih baik.

Kekurangan teori utilitas dalam etika bisnis: Mengabaikan prinsip keadilan: Teori utilitas cenderung mengabaikan prinsip keadilan dalam pengambilan keputusan. Dalam beberapa kasus, tindakan yang memberikan manfaat sebesar- besarnya bagi sebanyak mungkin orang mungkin tidak adil bagi sebagian orang. Misalnya, tindakan menguntungkan kelompok mayoritas namun mungkin merugikan kelompok minoritas.

13. Pentingnya Etika Dalam Menjalankan Bisnis

Kepatuhan terhadap tanggung jawab dan peraturan yang mengatur perilaku saat menjalankan tugas atau bisnis merupakan pendorong keberhasilan yang penting.

Mengelola sumber daya internal perusahaan dan hubungannya dengan masyarakat seringkali menjadi tantangan pengembangan bisnis. Untuk mengatasi permasalahan

tersebut diperlukan prinsip-prinsip yang menjadi pedoman perilaku para pelaku bisnis, oleh karena itu etika bisnis memegang peranan yang sangat penting.

Ketika membahas etika bisnis, yang dimaksud adalah memahami bagaimana menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum dan tidak didasarkan pada status sosial seseorang. Etika bisnis memiliki kapasitas untuk mempengaruhi nilai-nilai, keyakinan, dan tindakan yang membangun interaksi yang adil dan positif antara rekan kerja, industri, dan konsumen. Selain itu, hal ini secara tidak sengaja memupuk perilaku yang bertanggung jawab dalam semua operasi bisnis, sehingga memastikan kelancaran pelaksanaan semua operasi terkait bisnis.

Dalam penciptaan dan pemeliharaan bisnis apa pun, memprioritaskan kepatuhan terhadap standar etika sangatlah penting untuk kesuksesan jangka panjang. Praktik yang mengabaikan etika atau melanggar peraturan pemerintah dapat berdampak buruk terhadap keberlangsungan bisnis. Pelanggaran etika bisnis juga dapat mengakibatkan konsekuensi yang parah seperti hilangnya kredibilitas, konsekuensi hukum, kerugian ekonomi, dan berkurangnya etos kerja dan rasa hormat terhadap manajemen. Untuk mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat dan karyawan, sejumlah besar waktu dan upaya harus dicurahkan untuk meningkatkan standar etika perusahaan.

Untuk mencapai keberlanjutan dalam bisnis, sangat penting untuk mempertimbangkan peran etika bisnis. Sebagai pengusaha yang bertanggung jawab, sangat penting untuk menjalankan bisnis Anda dengan cara yang etis. Membiasakan diri dengan prinsip-prinsip etika bisnis dan mengetahui cara menerapkannya merupakan langkah penting dalam menjamin ketahanan dan relevansi bisnis dalam masyarakat yang terus berkembang saat ini.

14. Perusahaan Yang Menerapkan Teori Kegunaan (Theory Utilitarianisme) Dalam Etika Bisnis

PT. Pendawa Polysindo Perkasa, sebuah perusahaan yang mulai berdiri pada tahun 1990, memproduksi berbagai merek kantong plastik. Berdasarkan analisisnya, pimpinan perusahaan ini menerapkan teori utilitarianisme dalam hubungannya dengan pelanggan. Teori ini menekankan manfaat dan kegunaan sebagai prinsip moral utama dalam menilai perilaku, di mana perilaku dianggap baik jika memberikan manfaat bagi sebagian besar konsumen atau masyarakat.

Pemimpin PT. Pendawa Polysindo Perkasa cenderung memberikan prioritas kepada pelanggan mayoritas, beralasan bahwa ini akan membantu dalam memperoleh keuntungan yang lebih besar. Perusahaan ini bertujuan untuk melayani pelanggan mayoritas dengan baik agar mereka tidak pergi ke pesaing lain. Bagi pimpinan perusahaan ini, berusaha mendapatkan keuntungan lebih besar adalah prinsip bisnis yang umum dan dianggap lumrah dalam dunia usaha.

Meskipun pemimpin memandang teori sebagai panduan, dia menegaskan bahwa hasil yang diperoleh dari pengalaman lapangan menjadi penentu utama kesuksesan bisnis. Pemimpin PT. Pendawa Polysindo Perkasa tampaknya tidak sepenuhnya mengindahkan prinsip etika deontologi, yang menekankan pada norma dan nilai tanpa terlalu memperhitungkan manfaat, tingkat kemudahan, atau kesenangan dalam bertindak.

Implementasi etika bisnis di PT. Pendawa Polysindo Perkasa, khususnya dalam hubungannya dengan pelanggan, menunjukkan orientasi ke arah etika utilitarianisme. Penelitian pelanggan juga menunjukkan bahwa perusahaan ini cenderung tidak memperlakukan secara adil pelanggan minoritas demi keuntungan pelanggan mayoritas.

Hasil penelitian tersebut didasarkan pada analisis penerapan etika bisnis dari perspektif teori kegunaan dalam perusahaan, yang menggunakan PT. Pendawa Polysindo Perkasa sebagai contoh. Perusahaan tersebut menggunakan etika utilitarianisme dalam hubungannya dengan pelanggan, namun dikritik karena dianggap tidak adil dalam memenuhi hak-hak pelanggannya.

Penelitian ini menggabungkan pengetahuan dari penelitian sebelumnya dan referensi terkait untuk memberikan pemahaman yang mendalam, menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep etika bisnis dalam kerangka teori utilitarian dapat diaplikasikan dalam berbagai aspek bisnis, termasuk pengambilan keputusan dan tanggung jawab sosial perusahaan

Selain itu, penelitian juga menyoroti bahwa pelanggaran etika bisnis dapat memberikan dampak yang signifikan pada perusahaan, dan sanksi atas pelanggaran Kode Etik akan diterapkan sesuai dengan peraturan disiplin yang berlaku bagi karyawan.

D. Simpulan

Kesimpulannya, etika adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai-nilai dan ciri-ciri yang menjadi standar moral. Etika melibatkan analisis dan penerapan konsep-konsep seperti benar, salah, baik, jahat, dan tanggung jawab, serta mencerminkan perilaku manusia dalam banyak cara. Moralitas memandu perilaku manusia dengan pertimbangan akal sehat dan bertujuan untuk memastikan bahwa tindakan tersebut dapat dijelaskan.

Perdagangan berasal dari bahasa Inggris "business" dan biasanya didefinisikan dalam ilmu ekonomi sebagai organisasi yang menjual barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan. Etika Bisnis mencakup seluruh aspek individu, dunia bisnis, industri, dan masyarakat. Hal ini termasuk menjalankan bisnis secara adil dan sesuai dengan hukum yang berlaku tanpa memandang status seseorang atau perusahaan di masyarakat.

Dalam konteks etika bisnis, terdapat beberapa teori yang bermanfaat, salah satunya adalah teori utilitarianisme. Teori ini mengungkapkan bahwa tindakan terbaik adalah tindakan yang mengoptimalkan kesejahteraan semua pihak yang terlibat secara keseluruhan. Utilitarianisme memiliki relevansi dalam berbagai aspek bisnis,

termasuk pengambilan keputusan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan manajemen pemangku kepentingan. Mengikuti prinsip-prinsip utilitarianisme dapat membantu perusahaan memastikan bahwa tindakan mereka sesuai dengan prinsip etika dan memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan dan masyarakat.

Dalam praktiknya, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor dan teori yang relevan dalam menerapkan etika bisnis. Salah satu teori yang penting adalah utilitarianisme, yang membimbing pengambilan keputusan bisnis dengan mempertimbangkan dampaknya pada berbagai pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan, dan masyarakat. Perusahaan dapat menggunakan alat analisis dampak sosial, memperhatikan pandangan semua pihak yang terlibat, dan menggunakan indikator kinerja sosial dan lingkungan untuk secara berkelanjutan mengawasi dampak dari aktivitas bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Syafiq. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam." *Jurnal El- Faqih*, 2019.
- Benny. "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PADA PT. PENDAWA POLYSINDO PERKASA." 2017: 121-131.
- Crane, A, and D Matten. "Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization." 2016.
- Dini, Zikry, and Rozi. "Etika Bisnis dalam Perspektif Sunnah Nabi." 2023.
- Harrison J, S, and Freeman R. "Business Ethics: Stakeholder and Issues Management Approach." 2019. Hasoloan, Aswand. "Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis." *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 2018: 1-10.
- Moh, Muslim. "Urgensi Etika Bisnis si Era Global." n.d.: 150.
- Velasquez, M, C Andre, T Shank, and M Meyer. "Business Ethics: Concepts and Cases." 2017.