BAB VIII
ETIKA WIRAUSAHA

Etika wirausaha dalam istilah lebih populernya adalah etika bisnis. Mengapa etika bisnis ini diangkat menjadi salah satu kajian adalah seorang wirausaha dalam menjalankan bisnisnya ditengah-tengah masyarakat harus mempunyai etika yang baik. Kunci suksesnya suatu usaha adalah bagaimana mengedepankan etika dan kejujuran dalam usaha, kepercayaan mempunyai peranan yang sangat besar dalam membesarkan usaha. Pengusaha besar dalam membina pengusaha kecil UKM lebih mengedepankan kejujuran dan kepercayaan, modal usaha akan dapat diperoleh dengan mudah ketika orang telah mempercayai dan dapat dipercaya.

Dalam dunia bisnis semua orang tidak mengharapkan memperoleh perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Praktek manipulasi tidak akan terjadi jika dilandasi moral yang tinggi. Moral dan tingkat kejujuran rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri. Masalahnya ialah tidak ada hukuman yang tegas terhadap pelanggaran etika tersebut, karena nilai etika hanya ada dalam hati nurani seseorang. Etika mempunyai kendali intern dalam hati, berbeda dengan aturan hukum yang mempunyai unsur paksaan ekstern. Akan tetapi bagi orang-orang bisnis yang dilandasi oleh rasa keagamaan mendalam akan mengetahui bahwa perilaku jujur akan memberikan kepuasan tersendiri dalam kehidupannya baik dalam dunia nyata sekarang apalagi dalam kehidupan nanti diakhirat. Hendaknya kehidupan dunia terutama dalam bisnis, tidak terlepas dari kehidupan dihari kemudian itu. Kelompok konglomerat yang sudah berhasil banyak menyatakan bahwa modal dasar dari perkembangan usahanya dimulai dari kejujuran. Apabila sudah bertemu pelaku bisnis dengan pelaku bisnis yang lain yang jujur, mereka saling memberitahu, dan akhirnya mereka berkelompok dihati masing-masing menjadi partner yang setia, dan mereka juga saling menginformasikan jika menemukan pelaku bisnis yang tidak jujur, agar terhindar dari penipuan.

1. Pengertian Etika

Istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar *(standard of conduct)* yang memimpin individu dalam membuat keputusan. *Ethics is the study of right and wrong and of the morality of choices made by individuals. An ethnical decision or action is one that is right according to some standard of behavior. Business ethics (sometimes referred to as management ethical is the application of moral standards to business decisions and actions).*

Etik ialah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah dan pilihan moral yang dilakukan seseorang. Keputusan etik ialah suatu hal yang benar mengenai perilaku standar. Etika bisnis kadang-kadang disebut pula etika manajemen, yaitu penerapan standar moral kedalam kegiatan bisnis. W.F. Schoell

menyatakan: *Business Ethics is a system of "oughts" a collection of principles and rules of conduct based on beliefs about what is right and wrong business behavior. Behavior that conforms to these principles is ethical* (Schoell, 1993: 46). *Some pholosophers say that behavior is ethical if it follows the will of God.*

Etika bisnis mencakup hubungan antara perusahaan dengan orang yang menginvestasi uangnya dalam perusahaan, dengan konsumen, pegawai, kreditur, saingan, dan sebagainya. Orang yang menanam uang atau investor menginginkan manajemen dapat mengelola perusahaan secara berhasil, sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi mereka. Konsumen menginginkan agar perusahaan menghasilkan produk bermutu dan dapat dipercaya dan dengan harga yang layak. Para karyawan menginginkan agar perusahaan mampu membayar balas jasa yang layak bagi kehidupan mereka, memberi kesempatan naik pangkat atau promosi jabatan. Pihak kreditur mengharapkan agar semua utang perusahaan dapat dibayar tepat pada waktunya dan membuat laporan keuangan yang dapat dipercaya dan dibuat secara teratur. Pihak saingan mengharapkan agar dalam persaingan dilakukan secara baik, tidak merugikan dan menghancurkan pihak lain.

Orang-orang bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya di masyarakat. Harus ada etik dalam menggunakan sumber daya yang terbatas di masyarakat dan apa akibat dari pemakaian sumber daya tersebut, apa akibat dari proses produksi yang ia lakukan? Diharapkan orang bisnis memiliki standar etik yang lebih tinggi di masyarakat, karena mereka langsung berhadapan dengan masyarakat yang selalu mengawasi kegiatan mereka.

Etik yang dimiliki oleh masing-masing individu sebenarnya merupakan perkembangan dari etik sejak dulu, yang dianut oleh dan disampaikan kepada kita oleh orang tua, guru, pemimpin agama, dan lingkungan kita secara keseluruhan. Jadi etik yang digunakan oleh orang bisnis tidak terlepas dari sumber-sumber yang sama.
Definisi lain menyatakan: *Business ethics is about building of trust between people and organizations, an absolutely essential ingredient to conducting business successfully especially in the long term* (Linda Klebe Trevino, 1995: 290).

Etika bisnis menyangkut usaha membangun kepercayaan antara anggota masyarakat dengan perusahaan, dan ini merupakan elemen sangat penting buat suksesnya suatu bisnis dalam jangka panjang.

Etika Bisnis ini sangat kompleks dan sensitif, tapi sebenarnya ini bukan barang baru. Etika sudah dikenal sejak 560 tahun SM, seorang filosof Greek bernama Chilon menyatakan *a Merchant does better to take a loss than to make a dishonest profit The only sustainable competitive advantage any business has is its reputation* (Zimmerer, 1996: 21).

Jadi prinsipnya seorang wirausaha lebih baik merugi daripada melakukan perbuatan tidak terpuji. Para pengusaha semaksimal mungkin harus menghindarkan pertengkaran, apalagi yang akan menyebabkan putus hubungan. Semua claim dari relasi sampai tingkat tertentu harus dilayani dengan penuh toleransi. Harus dicari win-win solution pada setiap persengketaan. Cepat ganti barang baru, jika ada claim yang benar. Semua ini untuk menjaga reputasi, nama baik perusahaaan. Perbuatan tidak terpuji, berlaku curang, tidak jujur, tidak menepati janji, akan meruntuhkan martabat bisnisnya, sedangkan martabat atau reputasi adalah satu kata magis yang harus dijunjung tinggi oleh seorang wirausaha, yang akan merupakan *competitive advantage,* keungulan bersaing yang abadi, dan menang selama-lamanya.

Menjunjung tinggi etika harus dilakukan terhadap *stakeholder* perusahaan, apakah *external stakeholder* seperti: konsumen, kelompok-kelompok yang berhubungan dengan perusahaan, organisasi buruh, pihak pemasok, pemerintah, creditors, masyarakat umum atau *internal stakeholder* seperti unsur pimpinan, tim manajemen, investor dan karyawan.

Menjaga etika adalah suatu hal yang sangat penting untuk melindungi reputasi perusahaan. Masalah etika ini selalu dihadapi oleh para manajer dalam keseharian kegiatan bisnis, namun harus selalu dijaga terus menerus, sebab reputasi sebagai perusahaan yang etis tidak dibentuk dalam waktu pendek, tapi akan terbentuk dalam jangka panjang. Dan ini merupakan asset yang tak ternilai sebagai goodwill bagi sebuah perusahaan. Suatu trademark istimewa dalam competitive advantage.

Apabila dilihat perilaku fundamental yang berhubungan dengan etika di masyarakat, dan berlaku sepanjang masa di semua etnis adalah:

1. sopan santun, selalu bicara benar, terus terang, tidak menipu, tidak mencuri,
2. integrity, memiliki prinsip, hormat, jangan dua muka,
3. jaga janji, bisa dipercaya bila berjanji, amanah, jangan mau menang sendiri,
4. fidelity, benar dan loyal pada keluarga, teman, jangan menyembunyikan informasi yang tidak perlu dirahasiakan,
5. fairness, berlaku fair, dan terbuka komit pada kedamaian, jika salah jangan tetap bertahan, tapi cepat mengakui kesalahan, perlakuan sama pada setiap orang, toleran,
6. caring for others, perhatian, baik budi, ikut andil, tolong siapa yang memerlukan,
7. respect for others, menghormati hak-hak orang lain, privacy, beri pertimbangan pada orang lain yang dianggap berguna, jangan berprasangka,
8. responsible citizenship,. Patuh pada undang-undang dan peraturan yang berlaku, jika menjadi pemimpin harus bersifat ter buka dan menolong, pursuit of excellence, berbuatlah yang terbaik disegala kegiatan, dalam pertemuan, tanggungjawab, rajin, komit, tingkatkan kompetensi dalam segala bidang, jangan mau menang sendiri,

9. accountability, bertanggungjawab dalam segala perbuatan terutama dalam mengambil keputusan. (diringkas dari Zimmerer 1996:28)

Untuk menjaga terlaksananya etika ini, maka didalam perusahaan dapat dilakukan menyusun *"credo"* perusahaan. Zimmerer menyatakan: *A company credo defines the values underlying the entire company and its ethical responsibilities to its stakeholders. It offers general guidance in ethical issues.* Kemudian dikembangkan kode etika didalam perusahaan secara tertulis, tidak terlalu rinci tapi cukup memuat hal-hal yang minimum saja seperti menyangkut tata sopan santun, keselamatan kerja, kesehatan, konflik, kemananan, kerahasiaan, kegiatan politik dalam perusahaan, melestarikan lingkungan dsb. Mendorong karyawan agar taat pada peraturan, adakan pelatihan-pelatihan, umumkan jika ada kejanggalan/ pelanggaran, ciptakan budaya perusahaan yang nyata diikuti / dibiasakan berlaku terus menerus.

2. Budaya Perusahaan

Untuk menanamkan kebiasaan baik pada karyawan, maka perlu dikembangkan budaya perusahaan dalam sebuah organisasi. Apa yang dimaksudkan dengan Budaya Perusahaan:

1. *Company culture is the system of shared values and beliefs employment have about the standards and criteria used in the firm to judge achieve ment, individual contribution, and expertise* (W. F. Schoell, 1196: 289)
2. *Organization culture refers to a system of shared meaning held by mem bers that distinguishes the organization from other organizations* (Robbins, 1996: 206)
3. *Corporate culture define as the shared experiences, stories, beliefs and norms that characterize an organization* (Kotler, 1997: 67)

Budaya Perusahaan ialah karakteristik suatu organisasi perusahaan yang mencakup pengalaman, cerita, kepercayaan dan norma-norma bersama yang dianut oleh seluruh jajaran perusahaan. Misalnya pada sebuah perusahaan dapat kita lihat, bagaimana karyawannya berpakaian, berbicara, melayani tamu, pengaturan kantor, dsb.

Jika pada sebuah perusahaan ada kebiasaan-kebiasaan yang kurang baik, ini harus cepat diubah. Kemampuan mengubah budaya perusahaan merupakan kunci keberhasilan menyusun dan melaksanakan strategi perusahaan untuk masa depan. Dalam hal ini contoh suritauladan dari unsur pimpinan akan ditiru langsung oleh karyawan. Jadi faktor pimpinan sangat berpengaruh terhadap pembentukan budaya perusahaan.

Budaya perusahaan ini dapat membuat karyawan gairah, termotivasi, disiplin, suka, memiliki moral tinggi atau malahan sebaliknya tidak bergairah, tidak disiplin, santai, malas, selalu mengharap imbalan, dsb.

Perbedaan latar belakang budaya dari setiap orang dari berbagai etnis, akan membuat perbedaan pula dalam cara mereka bertindak. Adakalanya budaya perusahaan merupakan suatu kekuatan yang tidak tampak, tapi sangat berpengaruh terhadap pikiran, perasaan dan tindakan seseorang dalam bekerja.

Oleh sebab itu pengembangan budaya perusahaan harus dilakukan, karena sangat bermanfaat untuk: meningkatkan *sense of identity, sense of belonging,* komitmen bersama, stabilitas internal perusahaan, pengendalian sifat-sifat yang kurang baik, dan akhirnya akan menjadi pembeda satu perusahaan dengan perusahaan lain, dan akhirnya akan menimbulkan citra tersendiri bagi kemajuan perusahaan.