

MENEGAKKAN ETIKA BISNIS DALAM PASAR GLOBAL

Gideon Setyo B.

(Dosen Pengajar Magister Akuntansi FE-UKM)

Spartina tidak ada pemerintahan suatu negara di dunia ini yang dapat mencegah arus masuknya globalisasi. Kesepakatan yang telah dibuat oleh para Kepala Negara pada masa-masa sebelumnya telah mendatangkan suatu konsekuensi bagi setiap negara untuk saling mematuhi. Namun dari pandangan sebagian masyarakat, globalisasi tidak memberikan dampak secara luas bagi peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Dan lebih dari itu malah muncul dampak negatif lain yang mungkin tanpa diketahui sebelumnya.

Saat ini realitas menunjukkan, banyak pemilik modal atau investor bahkan pelaku bisnis dari negara lain yang menempatkan dananya dan menjalankan aktivitas bisnisnya di Indonesia. Tidak menutup kemungkinan suatu saat mereka akan menguasai dan mengendalikan perekonomian, sebagai konsekuensi berlakunya pasar bebas dunia. Ibarat telah menelan makanan yang dipilih, dan belum tahu reaksi apa yang bakal terjadi di dalam perut, atau dengan suatu pribahasa nasi sudah menjadi bubur.

Banyaknya pelaku bisnis dan pemilik modal dari luar Indonesia yang mau tidak mau menjadi kompetitor bagi pemilik modal dan pelaku bisnis lokal. Persaingan telah dimulai dan tidak ada yang dapat mengetahui siapa yang bakal menjadi pemenang. Masing-masing pihak akan berusaha mempertahankan eksistensinya, dengan berbagai macam strategi dan politik bisnis yang menjadi andalannya. Bahkan tidak menutup kemungkinan melakukan segala cara demi untuk menjadi yang terdepan dan pemenang.

Pandangan yang mengemukakan bahwa organisasi sebagai suatu organisme yang harus mampu beradaptasi dengan kondisi lingkungannya, dengan berbagai strategi untuk mempertahankan hidup, maka para kompetitor akan berusaha semaksimal mungkin mengerahkan seluruh kemampuannya untuk saling menguasai dan bila perlu memukul jatuh melalui kelemahan lawannya. Suatu bisnis keluarga yang sudah dibangun dengan susah payah mulai dari kecil sampai menjadi besar, berakhir dengan suatu konflik diantara keluarga. Masing-masing berusaha memisahkan diri dan membangun sendiri aktivitas bisnis dan masuk dalam suatu persaingan terbuka. Di tengah-tengah persaingan bisnis, para pelaku bisnis dan pemilik modal akan selalu berupaya demi tercapai tujuannya. Ini merupakan gambaran atau potret kehidupan yang banyak dijumpai dalam aktivitas bisnis keseharian.

Pertanyaannya, haruskah kehidupan bisnis di tengah-tengah persaingan yang keras dan ketat menjadikan pelaku bisnis dan pemilik modal melakukan cara untuk saling menjatuhkan kompetitornya? Haruskah sistem barbar atau hukum rimba masih dipertahankan? Tidak adakah cara yang elegan yang menempatkan kompetitor bukan sebagai lawan tetapi kawan atau mitra bisnis. Satu dengan yang lain menganggap bahwa dirinya mempunyai kelebihan dan kekurangan dan yang saling melengkapi menjadi suatu sinergi demi untuk kepentingan bersama yang lebih besar.

Peyelesaian konflik kepentingan yang terjadi di kalangan para pelaku bisnis dan pemilik modal sebagaimana dikemukakan diatas, maka diperlukan suatu perilaku yang mengedepankan etika. Dikalangan pelaku bisnis perlu memperhatikan etika bisnis, sementara dikalangan para professional perlu memperhatikan etika profesi. Etika bisnis dikalangan pelaku bisnis sudah berkembang sejak bisnis itu sendiri ada. Etika dipandang sebagai nilai yang dijunjung tinggi oleh suatu organisasi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Namun ironisnya, suatu organisasi dengan nilai yang dijunjung tinggi anggotanya, malah terjadi saling benturan dengan organisasi lain yang juga menjunjung suatu nilai-nilai bisnis. Etika bisnis harus ditempatkan pada suatu kelompok masyarakat pelaku bisnis, sebagai mana yang terjadi dalam Etika Jawa, Etika Kedokteran, Etika Kependidikan, Etika Akuntan, dll.

Etika bisnis mempunyai peran penting bagi pelaku bisnis terutama dalam hal, yaitu: Pertama, pelaku bisnis mempunyai kesadaran adanya dimensi etis dalam usaha mereka. Kedua, pelaku bisnis mempunyai kemampuan untuk membuat pertimbangan moral dan pertimbangan ekonomis secara memadai. Ketiga, pelaku bisnis mempunyai arah yang tepat, ketika mereka menerapkan pertimbangan moral-etis dalam setiap kebijakan dan keputusan bisnis demi tercapainya tujuan yang ditargetkan. (Yosephus, 2010). Implikasi dari etika bisnis ini akan diperoleh suatu pola tindak dan pola pikir dalam kalangan pelaku bisnis untuk mengembangkan upaya-upaya dan niat baik yang lebih mengedepankan sikap-sikap etis dalam menghadapi kompetitor atau relasi bisnis.

Bisnis yang dibangun dan dikembangkan oleh pelaku bisnis dengan mengedepankan sikap jujur, adil dan bertanggungjawab, akan selalu berorientasi atau mempunyai visi jauh ke depan, dan akan mendahulukan kepentingan anggota-anggota organisasi, seperti karyawan sebagai wujud pelaksanaan hak-hak dan kewajibannya secara seimbang, demi berjalannya aktivitas bisnis secara langgeng atau berkesinambungan. Keuntungan merupakan konsekuensi logis dari suatu niat dan kemauan yang dibangun dengan upaya-upaya sikap yang etis, sehingga setiap anggota organisasi akan terbebas dari sikap-sikap yang mengutamakan kepentingan sendiri atau sikap korupsi.

Tanpa mempersoalkan sikap para pelaku bisnis yang ada pada saat ini, diperlukan suatu tindakan nyata dari semua pihak yang mempunyai kepentingan terhadap aktivitas bisnis dimasa depan dalam menyongsong pasar global dengan mempersiapkan dan membangun etika bisnis di kalangan generasi penerus yang mempunyai sikap seperti kepercayaan, keuletan, kedisiplinan, keberanian moral, sportivitas, tanggung jawab. Dalam hal ini Perguruan Tinggi mempunyai peran strategis untuk mewujudkan sikap-sikap etis dikalangan masyarakat akademis terutama mahasiswa, yang nantinya akan menjadi pelaku-pelaku bisnis yang diharapkan dapat menjunjung tinggi etika bisnis di Indonesia khususnya dan di dunia internasional pada umumnya. Keseriusan semua pihak termasuk Perguruan Tinggi untuk mewujudkan praktik bisnis yang menjunjung tinggi etika bisnis menjadi faktor kunci keberhasilan dalam menegakkan etika bisnis.