

---

**ETIKA BISNIS DALAM MEMPEROLEH PROFIT DI ERA REVOLUSI  
INDUSTRI 4.0**

**Mulyadi Kamijaya**

Unversitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
E-mail: mulyadikamijaya96@gmail.com

---

Diterima:

**20 Juni 2021**

Direvisi:

**10 Juli 2021**

Disetujui:

**14 Juli 2021**

**Abstrak**

Industri 4.0 memiliki potensi manfaat yang besar. Kondisi bisnis yang penuh persaingan di era industri 4.0 dewasa ini, berbisnis secara etis sekaligus mencari laba maksimal sepertinya tidak mungkin dilakukan. Banyak pelaku bisnis yang meninggalkan etika yaitu melakukan perbuatan-perbuatan menyimpang dari nilai dan norma moral yang diterima umum dalam masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui cara menyelaraskan antara etika bisnis dan orientasi profit di era 4.0. Harapan besar kita adalah para pebisnis dapat mengetahui etika-etika yang harus dipegang kuat sebagai seorang pebisnis dengan tetap menghasilkan profit yang optimal pada era industri 4.0. Hasil dari penelitian ini adalah menggugah pencerahan kita bahwa keberhasilan usaha dan manajemen nir hanya dipengaruhi sang keberhasilan material berupa profit dan pertumbuhan perusahaan. Kenyataan menerangkan bahwa lingkup aktivitas usaha dan manajemen hanya menyangkut lingkup ekonomi dan manajemen secara murni, melainkan menyentuh jua aspek-aspek manusiawi dan etika. Oleh karenanya dalam setiap keputusan dan tindakan usaha, aspek-aspek manusiawi dan etika tersebut ikut berperan pada dalamnya. Sesuai dengan dengan peran etika yang semakin vital dalam bisnis modern, maka para pebisnis harus melihat bahwa mereka memiliki peran yang sangat strategis dalam menyelaraskan wajah dunia bisnis kita di masa depan. Semakin aspek-aspek manusiawi dan etis diperhatikan dalam kegiatan bisnis, maka masyarakat dan budaya juga akan menjadi semakin etis dan bermoral seperti yang diharapkan yang berpedoman pada jalan Tuhan dan Al Kitab.

**Kata Kunci:** *Etika, Revolusi Industri 4.0, Profit, Bisnis.*

**Abstract**

*Industry 4.0 has great potential benefits. In today's competitive business environment 4.0, doing business ethically while seeking maximum profit seems impossible. Many business people abandon ethics, namely doing actions that deviate from moral values and norms that are generally accepted in society. This research was conducted to find out how to harmonize business ethics and profit orientation in the 4.0 era. Our great hope is that business people can know the ethics that must be firmly held as a businessman while still generating optimal profits in the industrial era 4.0. The result of this research is to inspire our enlightenment that the success of business and management is not only influenced by material success in the*

*form of profit and company growth. The fact explains that the scope of business and management activities only concerns the purely economic and management scope, but also touches on human and ethical aspects. Therefore, in every business decision and action, these human and ethical aspects play a role in it. In accordance with the increasingly vital role of ethics in modern business, business people must see that they have a very strategic role in aligning the face of our business world in the future. The more human and ethical aspects are considered in business activities, the society and culture will also become more ethical and moral as expected which is guided by the way of God and the Bible.*

**Keywords:** *Ethics, Industrial Revolution 4.0, Profit, Business.*

## **Pendahuluan**

Industri 4.0 memiliki potensi manfaat yang besar. Potensi manfaat Industri 4.0 adalah mengenai perbaikan kecepatan-fleksibilitas produksi, peningkatan layanan kepada pelanggan dan peningkatan pendapatan. Terwujudnya potensi manfaat tersebut akan memberi dampak positif terhadap perekonomian suatu negara. Industri 4.0 memang menawarkan banyak manfaat, namun juga memilik tantangan yang harus dihadapi. Tantangan yang dihadapi oleh suatu negara ketika menerapkan Industri 4.0 adalah munculnya resistansi terhadap perubahan demografi dan aspek sosial, ketidakstabilan kondisi politik, keterbatasan sumber daya, risiko bencana alam dan tuntutan penerapan teknologi yang ramah lingkungan. Kesenjangan yang cukup lebar dari sisi teknologi terjadi diantara kondisi dunia industri saat ini dengan kondisi yang diharapkan dari Industri 4.0 (Prasetyo & Sutopo, 2018).

Kondisi bisnis yang penuh persaingan di era industri 4.0 dewasa ini, cara berbisnis secara etis sekaligus mencari laba maksimal sepertinya tidak mungkin dilakukan (Purwanto, 2020). Banyak pelaku bisnis yang meninggalkan etika yaitu melakukan perbuatan-perbuatan menyimpang dari nilai dan norma moral yang diterima umum dalam masyarakat. (Bala, 2019). Manusia moderen tidak lagi percaya kepada dan bergantung total pada Allah yang benar (Yuono, 2019). Para pebisnis lebih cenderung untuk memaksimalkan profit dengan teknologi digital dengan cara yang bertentangan dengan Al Kitab. Sebagai contoh yaitu berkembangnya pinjaman *online* (pinjol) menggunakan aplikasi yang tampaknya memudahkan bagi peminjam namun sesungguhnya sangat merugikan (Syukur & Syahbudin, 2017).

Banyak pihak prihatin akan berkembangnya fenomena cara-cara bisnis yang tidak etis atau amoral tersebut, bahkan ada anggapan bahwa praktik bisnis amoral sebagai sesuatu yang sah jika ingin meraih profit yang melimpah (Setiawati, 2015). Hal tersebut jelas sebuah anggapan yang keliru. Mengutamakan harta kekayaan daripada aspek moral merupakan sebuah kesesatan. (Bala, 2019) menyatakan bahwa harta kekayaan bisa menjadi "Allah" bagi orang-orang Israel, ketika Allah tidak lagi dijadikan pusat dan sumber hidup mereka.

Perkembangan bisnis yang begitu pesat sering mendorong pebisnis untuk meraih profil bersilangan dengan persoalan etika (Pangiuk, 2021). Bentuk-bentuk pengabaian dari etika di era industri 4.0 yaitu dalam *marketing* sering terjadi ketidaksetaraan, ketidakadilan dan penyalahgunaan kuasa (Suraji & Istianingsih, 2020). Profit finansial lebih banyak dinikmati oleh bangsa atau perusahaan-perusahaan besar dari pada bangsa dan konsumen-konsumen yang kecil dan miskin (Bala, 2019)

Memang dalam hal bisnis meraih profit adalah hal yang wajar tidak ada rumusnya dalam bisnis orang mencari rugi (Trisnantoro, 2018). Namun, menjadikan profit sebagai alasan untuk menerapkan hal-hal yang menyimpang dari etika dan aturan yang sudah ditetapkan dalam Al Kitab adalah sebuah kesalahan besar. Ada banyak pebisnis yang melakukan segala cara untuk mendatangkan profit (Ariyadi, 2018). Tindakan itu, antara lain dengan meminimalkan biaya produksi dengan mengesampingkan hak-hak karyawan, menurunkan upah karyawan, mengabaikan jaminan sosial dan keselamatan kerja. Dengan demikian implementasi terlihat jelas bahwa orientasi bisnis sudah bergeser jauh. Orientasi bisnis yang menuju pada ketentuan Tuhan dalam Al Kitab masih jauh dari ekpektasi.

Berdasarkan referensi dari (Purwanto, 2020), bisnis pada Era Revolusi Industri 4.0 memerlukan banyak pemikiran dan perencanaan, serta tidak melupakan etika dalam bisnis. Penulis tertarik untuk fokus pada pertanyaan besar saat ini, yaitu bagaimana menyelaraskan antara etika bisnis dan orintasi profit di era industri 4.0 ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui cara menyelaraskan antara etika bisnis dan orientasi profit di Era Industri 4.0. Manfaat dari penelitian ini bagi pebisnis adalah dapat menjadi pandangan bagi para pebisnis dapat mengetahui etika-etika yang harus dipegang kuat sebagai seorang pebisnis dengan tetap menghasilkan profit yang optimal pada Era Industri 4.0. Manfaat yang akan didapatkan masyarakat adalah dapat menjadi motivasi bagi masyarakat luas tentang bisnis yang beretika dengan tetap meraih profit.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif menjadi relevan karena peneliti membutuhkan data secara deskriptif untuk mengkaji permasalahan yang akan diteliti peneliti yakni etika bisnis dalam memperoleh profit di Era Revolusi Industri 4.0

### **Hasil dan Pembahasan**

Orientasi Bisnis di Revolusi Industri Era 4.0 telah menempatkan teknologi digital sebagai teknologi ciptaan manusia yang menggeser pada posisi Tuhan sebagai Maha Pencipta (Suprayitno & Wahyudi, 2020). Teknologi digital secara cepat telah mendorong manusia menjauh dari tuntunan dan pedoman Tuhan yang telah ditetapkan di Al Kitab. Manusia lebih fokus kepada temuan-temuan barunya yang telah membawa banyak perubahan perputaran uang dan kekayaan. Kondisi inilah yang kemudian menempatkan manusia pada suatu kondisi yang rentan untuk tergelincir kepada kesombongan.

Para peserta didik di era R 4.0 dengan mudah dapat bergeser dari “pembelajar” menjadi “*followers*” yang sangat rentan digerakan oleh para admin sosial media (Riyanto, 2019). Para admin sering memberikan penawaran-penawaran yang menggerakkan manusia ke arah yang semakin menjauh dari pedoman atau aturan Tuhan.

Etika dan Moralitas dalam konteks Revolusi Industri 4.0 harus diutamakan. Para pelaku bisnis perlu memahami dan membedakan antara moralitas dan moralitas. Moralitas adalah sistem nilai tentang bagaimana kita harus hidup seperti manusia. Sistem nilai yang terkandung dalam doktrin berupa nasehat, nasehat, nasehat, aturan dan perintah. Nasehat ini diwariskan dari generasi ke generasi melalui agama atau budaya tertentu tentang bagaimana seharusnya manusia hidup agar bisa menjadi orang yang benar-benar baik. Moralitas adalah tradisi keimanan yang memberikan bimbingan khusus kepada orang-orang tentang bagaimana hidup, bagaimana bertindak, hidup sebagai orang baik dan bagaimana menghindari perilaku buruk.

Berbeda dengan moralitas, moralitas harus dipahami sebagai cabang filsafat yang berbeda tentang nilai moral dan norma yang menentukan perilaku hidup manusia. Sebagai

salah satu cabang filsafat, etika menekankan pada metode kritis untuk mengamati nilai dan norma moral serta isu-isu yang berkaitan dengan nilai dan norma moral tersebut.

Etika merupakan refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma moral yang terwujud dalam sikap dan perilaku hidup manusia, baik secara pribadi maupun kelompok (Anggraini, 2013). Karena etika merupakan refleksi kritis terhadap moralitas maka etika tidak bermaksud untuk bertindak sesuai moralitas begitu saja. Etika menghimbau orang untuk bertindak sesuai dengan moralitas, tetapi bukan karena diperintahkan oleh nenek moyang atau guru, melainkan karena ia sendiri tahu bahwa hal itu memang baik bagi dirinya dan bukan sekedar ikut-ikutan. Ia sendiri sadar secara kritis bahwa tindakan seperti itu baik bagi dirinya dan bagi masyarakat karena alasan-alasan yang rasional.

Ada dua macam etika, yaitu etika deskriptif dan etika normatif (Abadi, 2016). Etika deskriptif berusaha mengkaji secara kritis dan rasional sikap dan perilaku manusia dan apa yang dikejar oleh manusia dalam hidup ini sebagai sesuatu yang bernilai etika deskriptif, berbicara mengenai fakta seperti apa adanya. Yaitu mengenali nilai dan pola perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas konkret yang membudaya. Etika deskriptif berbicara mengenai kenyataan penghayatan nilai, tanpa menilai tentang sikap orang dalam menghadapi hidup ini dan tentang kondisi-kondisi yang memungkinkan manusia bertindak secara etis.

Etika normatif berusaha menetapkan berbagai sikap dan pola perilaku ideal yang seharusnya dimiliki oleh manusia dan apa tindakan yang harus diambil untuk mencapai apa yang bernilai dalam hidup ini. Etika normatif berbicara mengenai norma-norma yang menuntun tingkah laku manusia serta memberi penilaian dan himbauan kepada manusia untuk bertindak sebagaimana seharusnya menurut norma-norma. Ia menghimbau manusia untuk bertindak yang baik dan menghindari yang jelek. Dalam hidup ini kita menemukan begitu banyak norma yang memberikan pedoman bagaimana kita harus hidup dan bertindak secara baik dan tepat, sekaligus menjadi dasar penilaian mengenai baik buruknya perilaku dan tindakan itu. Norma dapat dibedakan menjadi norma khusus dan norma umum. Norma khusus adalah aturan yang berlaku dalam bidang kegiatan khusus, misalnya olah raga. Sedangkan norma umum memiliki sifat keberlakuan yang lebih luas dan universal.

Norma umum ini terbagi menjadi tiga, yaitu norma sopan-santun, norma hukum dan norma moral. Pertama, norma sopan santun mengatur pola perilaku dan sikap lahiriyah dalam pergaulan sehari-hari. Walaupun sikap dan perilaku lahiriyah ini bersumber dari dalam hati sehingga mempunyai kualitas moral, namun sikap lahiriyah itu sendiri tidak bersifat moral. Kedua, norma hukum yaitu yang dituntut dengan tegas oleh masyarakat karena dianggap perlu demi keselamatan dan kesejahteraan masyarakat. Keberlakuan norma hukum ini lebih tegas dan pasti karena dijamin oleh sanksi hukuman terhadap para pelanggarnya. Ketiga, norma moral yaitu aturan mengenai sikap dan perilaku orang sebagai manusia. Norma moral mengacu pada baik buruknya seseorang sebagai manusia.

Norma moral menjadi tolok ukur yang dipakai oleh masyarakat untuk menentukan baik buruknya manusia sebagai manusia, dan bukan kaitannya dengan tugas dan jabatan tertentu maupun status sosial tertentu lainnya.

Sesuai dengan pola pendekatan etika yang kritis dan rasional, maka kedua jenis etika ini pada akhirnya menuntun manusia untuk mengambil sikap dalam hidup ini. Bedanya, etika deskriptif memberi fakta sebagai dasar untuk mengambil keputusan tentang atau sikap yang akan diambil, sedangkan etika normatif memberi penilaian sekaligus memberi norma sebagai dasar dan kerangka tindakan yang seharusnya diambil. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya sehari-hari. Itu berarti manusia membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini.

Etika pada akhirnya membantu kita untuk membuat pilihan, pilihan nilai yang menjelma dalam sikap dan perilaku kita yang sangat menentukan makna hidup ini.

Perspektif pebisnis sering dihadapkan pada suatu dilema antara pilihan berbisnis dengan orientasi profit atau berbisnis secara etis di Era Industri 4.0. Sedangkan pilihan lain yaitu bisnis yang berorientasi profit sekaligus etis, yang selama ini sepertinya sulit dilakukan, sebab kedua hal tersebut lebih sebagai pilihan orientasi yang *mutually exclusive* atau saling menghilangkan dan tidak sejalan satu dengan lainnya. Apabila laba yang sebesar-besarnya yang ingin dicapai, maka kemungkinan harus mengabaikan etika, sebaliknya jika lebih mengutamakan etika maka mustahil diperoleh profit yang sebesar-besarnya. Ketika bisnis secara etis masih sejalan dengan orientasi profit karena biayanya tidak besar maka kemungkinan pelaku bisnis masih bersedia berbisnis secara etis. Namun jika harus dihadapkan pada pilihan yang dilematis antara profit dan etika, maka fenomena yang ada memaksa pebisnis pada pilihan yang mengutamakan profit, karena profit mutlak diperlukan untuk menjaga kelangsungan hidup dan pertumbuhan bisnisnya.

Diakui oleh banyak pebisnis sangatlah sulit untuk memperoleh *win-win solution* sehingga pebisnis memperoleh profit sekaligus berdimensi etis. Namun apabila perdagangan bebas telah berjalan sepenuhnya, akan terjadi perubahan paradigma berbisnis secara bertahap. Dimensi etika dalam bisnis menjadi kunci keberhasilan barang dan jasa yang ditawarkan bisa diterima atau tidak diterima oleh konsumen. Suatu cara berbisnis tidak etis yang selama ini masih bisa berjalan sukses karena berbagai jaminan dari penguasa tertentu, akan mendapat kecaman, tekanan dan reaksi internasional. Bahkan kecenderungan perilaku konsumen di pasar global bersedia membeli produk dengan pertimbangan etika.

Apakah suatu praktik bisnis bisa dikatakan berdimensi etis atau tidak etis bisa dikaji dengan memahami esensi dari etika bisnis dari pandangan *utilitariabism* (kemanfaatan), *relativism* (relativitas) dan *legalism* (legalitas). Menurut pandangan *utilitariabism*, bisnis dinyatakan etis jika memberikan manfaat kepada banyak orang. Tetapi pandangan ini akan berdampak adanya pihak-pihak yang dikorbankan. Sebagai contoh pembangunan jalan layang jelas menguntungkan, namun dalam profit yang diperoleh pebisnis mempunyai dampak berupa hilangnya kesempatan petani mengelola tanah produktif dan rusaknya keseimbangan ekosistem.

Berdasarkan perspektif *relativism*, bisnis dinyatakan etis bila mayoritas berpandangan setuju atau sesuatu yang bersifat umum dilakukan. Namun berbisnis secara etis bukan merupakan pengikut *relativism*. Seperti misalnya banyak kasus *bribery* dan *extorsion* yang keduanya merupakan kasus penyuapan. Pada *bribery*, inisial penyuapan berasal dari pemberi (*giver*), sedangkan *extorsion* inisial penyuapan dari pihak penerima (*receiver*). Demikian juga berbisnis secara etis bukan pengikut pandangan *legalism*, karena berbisnis lebih dari sekedar taat pada aturan hukum yang ada, namun ketentuan legal merupakan persyaratan minimum dari suatu tindakan bisnis yang etis. Seperti misalnya ketentuan upah minimum, maka perusahaan yang berdimensi etis akan memberikan upah lebih dari jumlah tersebut yaitu pemberian upah yang berorientasi pada terpenuhinya kebutuhan karyawan lebih luas dengan memperhatikan kemampuan perusahaan secara jujur.

Etika bisnis merupakan sesuatu yang berlaku secara universal, artinya esensi etika bisnis berlaku di mana saja, kapan saja dan siapa saja tanpa memandang jabatan, ras, pendidikan dan agama. Pertimbangan normatif yang menjadi basis apakah sesuatu itu baik atau buruk mempunyai karakteristik memperhatikan sungguh-sungguh seberapa besar kerugian dan profit bagi manusia, menentang upaya memperoleh profit sendiri (*override self-interest*) dan didasari pada pertimbangan yang *fair*. Bisnis yang berdimensi etis akan selalu memprioritaskan sumber daya manusia dari pada modal, menghargai martabat manusia, menghormati human right, profit sharing dan lebih memperhatikan pihak yang

lemah. Tantangan terbesar manusia di abad-21 adalah menggunakan kekuatan teknologi untuk memenuhi tuntutan kekuatan penduduk untuk membebaskan tiga perempat jumlah penduduk dunia yang miskin.

Karena teknologi digunakan dan dikembangkan oleh manusia, maka teknologi tidak hanya memengaruhi hidup manusia, tetapi juga mengungkapkan siapa manusia itu sendiri. Setiap manusia diciptakan secitra dengan Allah. Maka, setiap manusia memiliki keserupaan dengan Allah Sang Penciptanya. Keserupaan dengan Allah Sang Pencipta itu tampak dalam kehendak bebas manusia, dalam akal budi manusia, dalam kemampuan manusia untuk membangun relasi, dalam kreativitas manusia, dalam kemampuan manusia untuk mencintai dan dicintai. Keserupaan itu juga hendaknya terungkap dalam bagaimana manusia mengembangkan teknologi dan menggunakannya. Penyalahgunaan teknologi melawan keluhuran martabat manusia yang diciptakan secitra dengan Allah. Ketika manusia setia pada martabatnya sebagai yang diciptakan secitra dengan Allah, maka teknologi yang dikembangkan dan digunakannya benar-benar mengekspresikan keluhuran martabat tersebut (Pasi, 2019).

Pemangku kepentingan yang mempunyai peran besar dalam menentukan bisnis berorientasi etis atau tidak adalah manajer. Dia berperan dalam menentukan kebijakan perusahaan, kode etik perusahaan, serta pendidikan dan pelatihan etika bisnis bagi para pekerjanya. Berkembangnya bisnis berdimensi etis akan memberi harapan meningkatnya kesejahteraan masyarakat dengan tersedianya lebih banyak pilihan produk yang harganya murah, kualitas dan pelayanan yang lebih baik, dan adanya jaminan keselamatan konsumen yang memadai.

Etika bisnis dapat dikatakan baru berkembang dalam satu dua dasawarsa terakhir ini. Jika dibandingkan dengan etika khusus lainnya sebagai cabang etika terapan, seperti etika politik dan kedokteran, etika bisnis dirasakan masih sangat baru. Dengan semakin gencarnya pembicaraan mengenai etika bisnis di masyarakat bersama dengan hidupnya kegiatan bisnis di negeri kita, mulai disadari bahwa etika bisnis perlu mendapatkan perhatian yang lebih besar, khususnya dalam kerangka perilaku bisnis di Indonesia.

Menyadari akan tuntutan dunia bisnis dan manajemen dewasa ini semakin tinggi dan keras yang mensyaratkan sikap dan pola kerja yang semakin profesional. Persaingan yang makin ketat juga juga mengharuskan pebisnis dan manajer untuk sungguh-sungguh menjadi profesional jika mereka ingin meraih sukses. Namun yang masih sangat memprihatinkan di Indonesia adalah bahwa profesi bisnis belum dianggap sebagai profesi yang luhur. Hal ini disebabkan oleh pandangan masyarakat yang menganggap bahwa bisnis adalah usaha yang kotor. Itulah sebabnya bisnis selalu mendapatkan konotasi jelek, sebagai kerjanya orang-orang kotor yang disimbolkan lintah darat yaitu orang yang mengeruk profit secara tidak halal menghisap darah orang lain. Kesan dan sikap masyarakat seperti ini sebenarnya disebabkan oleh orang-orang bisnis itu sendiri yang memperlihatkan citra negatif tentang bisnis di masyarakat. Banyak pebisnis yang menawarkan barang tidak bermutu dengan harga tinggi, mengakibatkan citra bisnis menjadi jelek. Selain itu juga banyak pebisnis yang melakukan kolusi dan nepotisme dalam memenangkan lelang, penyuaipan kepada para pejabat, pengurangan mutu untuk mendapatkan laba maksimal, yang semuanya itu merupakan bisnis a-moral dan tidak etis dan menjatuhkan citra bisnis di Indonesia. Hal ini seharusnya tidak perlu terjadi jika manusia berorientasi dan menyandarkan dirinya termasuk bisnis-bisnisnya kepada jalan Tuhan.

Kerusakan *image* bisnis tersebut juga diakibatkan adanya pandangan tentang bisnis di masyarakat kita, yaitu pandangan praktis-realistis dan bukan pandangan ideal. Pandangan praktis-realistis adalah pandangan yang bertumpu pada kenyataan yang berlaku umum dewasa ini. Pandangan ini melihat bisnis sebagai suatu kegiatan di antara manusia untuk memproduksi, menjual dan membeli barang dan jasa untuk memperoleh profit. Pada

pandangan ini ditegaskan secara jelas bahwa tujuan dari bisnis adalah mencari laba. Bisnis adalah kegiatan *profit making*, bahkan laba dianggap sebagai satu-satunya tujuan pokok bisnis. Dasar pemikiran mereka adalah profit itu sah untuk menunjang kegiatan bisnis itu. Tanpa profit bisnis tidak mungkin berjalan. Dalam kenyataan profitlah yang menjadi satu-satunya motivasi dasar orang berbisnis. Karena orang berbisnis ingin mencari profit, maka orang yang tidak mau mencari profit bukan tempatnya di bidang bisnis. Inilah suatu kenyataan yang tidak bisa disangkal.

Berbeda dengan pandangan ideal, yaitu melakukan kegiatan bisnis karena dilatarbelakangi oleh idealisme yang luhur. Menurut pandangan ini bisnis adalah suatu kegiatan di antara manusia yang menyangkut memproduksi, menjual dan membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dasar pemikiran mereka adalah pertukaran timbal balik secara *fair*, di antara pihak-pihak yang teribat. Maka yang ingin ditegaskan adalah keadilan kumulatif dan keadilan tukarmenukar yang sebanding. Tujuan bisnis sebenarnya bukanlah mencari profit, melainkan untuk melayani masyarakat. Sedangkan profit adalah simbol kepercayaan masyarakat atas kegiatan bisnis yang kita lakukan. Fokus perhatian bisnis adalah memberi pelayanan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat dan kita akan memperoleh profit dari pelayanan tersebut. Pandangan bisnis ideal semacam ini, bisnis yang baik selalu memiliki misi tertentu yang luhur dan tidak sekedar mencari profit. Misi itu adalah meningkatkan standar hidup masyarakat dan membuat hidup manusia menjadi lebih manusiawi melalui pemenuhan kebutuhan secara etis.

Mengacu pada perspektif bisnis di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa etika bisnis di Indonesia masih jelek. *Image* jelek tersebut disebabkan oleh pandangan pertama yang melihat bisnis hanya sebagai sekedar mencari profit. Tentu saja mencari profit sebagaimana dikatakan di atas. Hanya saja sikap yang timbul dari kesadaran bahwa bisnis hanya mencari profit telah mengakibatkan perilaku yang menjurus menghalalkan segala cara demi mencari profit yang sebesar-besarnya tanpa mengindahkan nilai-nilai manusiawi lainnya seperti adanya persaingan tidak sehat, monopoli, kecurangan, pemalsuan, eksploitasi buruh dan sebagainya. Profit adalah hal yang baik dan perlu untuk menunjang kegiatan bisnis selanjutnya, bahkan tanpa profit, misi luhur bisnis pun tidak akan tercapai. Persoalan dihadapi di sini adalah bagaimana mengusahakan agar profit yang diperoleh itu wajar-wajar saja, karena yang utama adalah melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan tidak merugikan pihak-pihak yang terkait dalam bisnis ini. Perkembangan etika bisnis di Indonesia yang demikian itu, nampaknya hingga sekarang masih jauh dari harapan.

Pada dunia bisnis, upaya untuk mendapatkan profit yang sebesar-besarnya merupakan hal yang wajar. Bahkan upaya ini akan menyemarakkan keseluruhan sistem perekonomian nasional, dalam arti profit yang sebesar-besarnya didapatkan dengan melaksanakan berbagai kegiatan yang akan mempengaruhi perekonomian. Namun sayangnya dalam kenyataan upaya mendapatkan profit tersebut cenderung mengabaikan etika bisnis.

Profit yang besar diperoleh dengan mengorbankan faktor-faktor bisnis lainnya. Perilaku bisnis yang tidak etis untuk mendapatkan profit maksimum akan berdampak sebagai berikut.

1. Penurunan Upah dan kesejahteraan karyawan. Seperti diketahui bahwa salah satu ukuran yang digunakan untuk memperoleh profit sebesar-besarnya adalah memaksimalkan hasil penjualan dan meminimumkan seluruh biaya perusahaan. Upaya meminimumkan biaya perusahaan antara lain dengan menekan upah tenaga kerja. Akibatnya kesejahteraan karyawan menjadi rendah dan tidak sesuai dengan

kontribusi kerja yang diberikan karyawan kepada perusahaan. Keadaan tersebut telah melanggar etika bisnis.

2. Penghentian usaha pemasok yang disebabkan karena pengusaha seringkali menekan harga faktor input yang diperoleh dari para pemasok. Selain itu pengusaha cenderung menunda pembayaran. Hal ini akan berakibat mematikan usaha dan mata pencaharian para pemasok. Bahkan beberapa perusahaan besar berupaya mendirikan perusahaan baru atau mengakuisisi perusahaan yang telah ada untuk menggantikan fungsi para pemasok. Keadaan tersebut melanggar etika bisnis, karena etika yang benar adalah mendorong perkembangan para pemasok yang dalam jangka panjang akan menguntungkan perusahaan yang bersangkutan.
3. Perusakan lingkungan dengan memaksimalkan profit. Masih banyak pengusaha yang cenderung menggunakan input yang merusak lingkungan alam. Terutama hal ini terjadi pada sektor usaha dan industri yang berorientasi pada bahan baku dari alam. Selain itu juga proses produksi yang menghasilkan limbah industri yang mencemari lingkungan. Ambisi para pengusaha ini melanggar etika bisnis karena profit yang didapatkan diperoleh dengan mengorbankan lingkungan hidup. Hal ini berarti bahwa profit yang diperolehnya didapat atas korban dari masyarakat lainnya.
4. Kerugian *Customen* (konsumen). Akibat ambisi pengusaha untuk mendapatkan profit yang sebesar-besarnya, masih banyak pengusaha yang merugikan konsumen, antara lain dengan menurunkan kualitas barang dan jasa yang dihasilkan di bawah standar, pengiriman barang yang lambat, dan menaikkan harga barang di atas norma-norma kewajaran. Di dalam etika bisnis hal-hal tersebut melanggar moralitas usaha. Selain itu, penyampaian *output* hasil usaha kepada para konsumen sering dilaksanakan melalui pedagang perantara atau pengecer untuk memperluas jaringan distribusi. Tindakan akuisisi jaringan pengecer (*retailer*) untuk kepentingan produsen akan membunuh pedagang eceran dan hal ini melanggar etika bisnis.
5. Membohongi bank dan lembaga pembiayaan lain. Masih banyak para konsultan yang dalam membuat *appraisal* cenderung menyatakan *feasible*, walaupun sebenarnya tidak demikian. Masih banyak penilai yang menaikkan nilai aset yang bertujuan untuk mendapatkan lebih banyak kredit. Masih banyak para akuntan yang tidak jujur. Dengan hal-hal tersebut, maka bank dengan tanpa penelitian seksama memberikan kredit melebihi dari yang seharusnya. Hal ini pun merupakan tindakan perusahaan yang melanggar etika bisnis.

Hal-hal di atas merupakan contoh kegiatan yang cenderung melanggar etika bisnis. namun demikian, pada saat ini tidak boleh pesimis dengan kemampuan etika dan moral yang termuat dalam Al Kitab. sebagian pengusaha kita yang berambisi untuk bisnis yang halal dan berkah. Mereka sebagai pengusaha yang patriotik mengajak dan memperingatkan para pengusaha lainnya untuk selalu berlaku etis dan moralis.

Upaya mengembangkan praktik bisnis yang etis di Indonesia dapat dilakukan melalui berbagai cara yang elegan. Cara-cara tersebut antara lain meliputi:

1. Menumbuhkan lingkungan usaha yang etis. Pengusaha yang berasal dari lingkungan keluarga yang tidak etis akan menghasilkan usahawan yang tidak etis pula. Etika seseorang sangat ditentukan oleh lingkungan keluarga orang tersebut. Usahawan dari lingkungan keluarga yang baik dan moralis akan menjadi usahawan etis inti, yang diharapkan dapat menyebar kepada usahawan lain. Pemerintah dan asosiasi pengusaha dapat membantu menciptakan lingkungan usaha yang kondusif menuju peningkatan etika dan moral usaha di Indonesia.
2. Membuat credo perusahaan yang etis dan moralis. Peranan credo perusahaan yaitu nilai-nilai falsafah perusahaan yang tercermin dalam visi dan misi bisnis akan selalu



mengingatkan pimpinan perusahaan dan seluruh staf terhadap etika dan moral dalam bisnisnya.

3. Menciptakan etika lewat pendidikan manajemen. Pendidikan dan latihan manajemen dapat menjadi sarana yang baik dalam peningkatan etika usaha di perusahaan. Di sini perlu ditekankan bahwa pengusaha yang etis dan moralis akan dapat langgeng dalam jangka panjang.

Teknologi seharusnya seiring sejalan dengan moral yang ada dalam pedoman di Al Kitab. Sebab, menyembah hasil buatan tangan manusia sendiri berarti menarik diri dari persekutuan dengan Allah. Selain itu, menyembah buatan manusia sendiri merupakan suatu penyelewengan atau pembelokan perasaan religius manusia yang ditanam oleh Allah sendiri. Allah menaruh pada manusia suatu kerinduan akan Allah. Kerinduan itu tidak terhapuskan. Dengan kerinduan itu, manusia mengarahkan diri kepada Allah, Pencipta langit dan bumi. Dengan menyembah berhala, kerinduan tersebut diarahkan kepada sesuatu yang lain (Pasi, 2019)

### **Kesimpulan**

Kajian ini menggugah pencerahan kita bahwa keberhasilan usaha dan manajemen nir hanya dipengaruhi sang keberhasilan material berupa profit dan pertumbuhan perusahaan. Kenyataan menerangkan bahwa lingkup aktivitas usaha dan manajemen hanya menyangkut lingkup ekonomi dan manajemen secara murni, melainkan menyentuh jua aspek-aspek manusiawi dan etika. Oleh karenanya dalam setiap keputusan dan tindakan usaha, aspek-aspek manusiawi dan etika tersebut ikut berperan pada dalamnya. Sesuai dengan dengan peran etika yang semakin vital dalam bisnis modern, maka para pebisnis harus melihat bahwa mereka memiliki peran yang sangat strategis dalam menyelaraskan wajah dunia bisnis kita di masa depan. Semakin aspek-aspek manusiawi dan etis diperhatikan dalam kegiatan bisnis, maka masyarakat dan budaya juga akan menjadi semakin etis dan bermoral seperti yang diharapkan yang berpedoman pada jalan Tuhan dan Al Kitab.

### **Bibliografi**

- Abadi, Totok Wahyu. (2016). Aksiologi: Antara Etika, Moral, dan Estetika. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 187–204.
- Angraini, Dini. (2013). Studi Tentang Perilaku Pengendara Kendaraan Bermotor di Kota Samarinda. *EJournal Sosiatri-Sosiologi*, 1(1), 10–19.
- Ariyadi, Ariyadi. (2018). Bisnis dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13–26.
- Bala, Kristoforus. (2019). Cur Homo Deus? Tantangan Beriman Kepadaallah Di Revolusi Industri Era 4.0. *Seri Filsafat Teologi*, 29(28), 230–254.
- Pangiuk, Ambok. (2021). *Strategi Daya Saing Pasar Tradisional di Indonesia*. Nusa Tenggara Timur: Forum Pemuda Aswaja.
- Pasi, Gregorius. (2019). Pergulatan Batin Manusia Di Era Revolusi Industri Keempat (4ir). *Seri Filsafat Teologi*, 29(28), 255–269.
- Prasetyo, Hoedi, & Sutopo, Wahyudi. (2018). Industri 4.0: Telaah Klasifikasi aspek dan arah perkembangan riset. *Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17–26.
- Purwanto, Eko. (2020). *Pengantar Bisnis: Era Revolusi Industri 4.0*. Purwokerto: Sasanti Press.
- Riyanto, F. X. E. K. O. Armada. (2019). “Percikan” Revolusi 4.0 Refleksi Filosofis Tentang Siapa Manusia Dan allah. *Seri Filsafat Teologi*, 29(28), 1–25.
- Setiawati, Rokhis. (2015). Integritas Ilmu dalam Perpekstif Pendidikan. *Jurnal Penelitian*, 9(2), 295–324.

- Suprayitno, Adi, & Wahyudi, Wahid. (2020). *Pendidikan Karakter di Era Milenial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Suraji, Robertus, & Istianingsih, Istianingsih. (2020). *Entrepreneurship (Sistem Ekonomi Pasca-Kapitalis)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPM.
- Syukur, Patah Abdul, & Syahbudin, Fahmi. (2017). Konsep Marketing Mix Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 71–94.
- Trisnantoro, Laksono. (2018). *Memahami penggunaan ilmu ekonomi dalam manajemen rumah sakit*. Yogyakarta: UGM press.
- Yuono, Yusup Rogo. (2019). Melawan Etika Lingkungan Antroposentris Melalui Interpretasi Teologi Penciptaan Sebagai Landasan Bagi Pengelolaan-Pelestarian Lingkungan. *Fidei: Jurnal Teologi Sistematika Dan Praktika*, 2(1), 186–206.



**This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).**