



## Bisnis (tidak) Beretika

**ETIKA** merupakan bagian dari bidang kajian filsafat nilai yang membicarakan baik dan buruk. Objek dari filsafat nilai adalah manusia, sehingga suatu perbuatan dinilai baik atau buruk dilihat dan diamati dari tingkah lakunya. Dalam kehidupan sosial, apapun yang dilakukan manusia tidak mungkin keluar dari penilaian (normatif) baik dan buruk. Sebagaimana dikemukakan oleh Aristoteles dalam (Wijaya, dkk., 2019) yang menawarkan nilai-nilai keutamaan (virtue ethics) yakni keberanian, kesederhanaan, keadilan, dan kehati-hatian harus dimiliki oleh setiap orang dengan berbagai profesi seperti pebisnis, karyawan, birokrat, dan berbagai macam pekerjaan lainnya.

Jika etika diterapkan dalam konteks bisnis sekarang ini yang cenderung menghalalkan segala cara, mungkin hanya sedikit pebisnis yang menerapkan nilai-nilai etis dalam bisnisnya. Hal ini terjadi karena untuk memenangkan persaingan yang ketat seringkali mengabaikan etika bisnis. Tekanan dalam memenangkan persaingan kadang melupakan etika dan moral sehingga bisnis yang dijalankannya kering nilai. Para pelaku bisnis, baik sebagai pemilik, pengelola, karyawan, maupun pelanggan seharusnya berpedoman pada rambu-rambu bisnis yang beretika agar tidak terjebak pada upaya meraih keuntungan sesaat tapi justru merugikan untuk tujuan jangka panjang.

Sudah menjadi rahasia umum, tidak sedikit pebisnis yang terang-terangan berbisnis dengan melanggar etika bisnis. Contoh skala kecil seperti maraknya bakso berformalin dan ayam tiren alias mati kemarin di pasar tradisional. Mengurangi timbangan sudah menjadi pemandangan 'umum'. Pengoplosan BBM bersubsidi dan mengurangi isi tabung gas juga bukti pebisnis melanggar etika. Semua bentuk kecurangan tersebut tentu saja sangat merugikan masyarakat.

Sebagaimana data yang dilansir Batampos.co.id bulan Maret 2019 ada 826.929 item pangan segar dan olahan ilegal yang tidak memenuhi syarat kemasan dengan nilai tidak kurang dari Rp 61 miliar. Pelanggaran etika bisnis juga ditemukan adanya 1.000 drum minuman keras di Jakarta yang tidak berizin, kasus Susu Kental Manis yang telah puluhan tahun dikonsumsi masyarakat ternyata kandungan susunya hanya 1 gram (2 kilo kalori) persajian sedangkan kandungan gulanya lebih dari 50% tidak memenuhi standar dari WHO. Konten iklan SKM juga melanggar etika bisnis karena memberikan persepsi keliru tentang SKM sebagai pengganti susu. Pelanggaran etika bisnis lainnya adalah menampilkan gambar balita dalam iklan yang jelas-jelas dilarang.

Sektor obat dan kosmetik Sindonews.com beberapa waktu yang lalu juga memberitakan adanya 8.612 produk kosmetik ilegal di Mamuju Sulawesi Barat dengan nilai Rp 84 juta. Masih banyak lagi kasus-kasus pelanggaran etika bisnis yang dilakukan para pelaku bisnis demi keuntungan pribadi tetapi merugikan masyarakat secara luas. Pertanyaan yang dapat diajukan kemudian siapa yang dapat memberantas berbagai pelanggaran etika bisnis tersebut? □ - c

*(Sunarta SE MM M.Pd, Mahasiswa Program Doktor Ilmu Ekonomi PPS FE UII).*