

Kata Pengantar pada Edisi Revisi

Sejak pertama kali terbit pada tahun 2000, buku *Pengantar Etika Bisnis* sudah mengalami sebelas kali cetakan ulang. Dalam hampir setiap cetakan ulang ada revisi kecil-kecil, berupa koreksian salah cetak, penjelasan, tambahan singkat, dan sebagainya. Baru dalam cetakan kedua belas ini diadakan revisi lebih besar. Dua pasal baru ditambah dan satu pasal dari edisi lama tidak dimuat lagi. Selain itu, beberapa bagian teks ditulis kembali, beberapa kasus baru ditambah, dan beberapa bagian yang tidak dianggap relevan lagi dibuang sehingga hampir tidak ada bab yang tidak tersentuh perubahan. Tetapi sistematika pembahasan dalam dua belas bab tidak berubah dan tetap dibicarakan topik-topik besar yang sama.

Buku *Pengantar Etika Bisnis* tumbuh selama mengajar mata kuliah ini di Universitas Atma Jaya, mula-mula hanya Fakultas Ekonomi, kemudian juga Program Studi Magister Manajemen. Karena asal-usul itu mau tidak mau buku ini akan mencerminkan konsepsi pengarang tentang tujuan studi etika bisnis di perguruan tinggi. Barangkali dapat diupayakan mengeksplisitkan konsepsi itu sebagai berikut. Atas pertanyaan “apa yang dapat diharapkan sebagai hasil studi etika bisnis di perguruan tinggi” atau “mengapa kita mempelajari etika bisnis dalam program studi seperti ekonomi manajemen”, pengarang menjawab dengan menunjuk kepada tiga tujuan yang ingin kita capai bila terjun dalam studi etika bisnis ini.

(1) *Menanamkan atau meningkatkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis.* Menanamkan, jika sebelumnya kesadaran itu tidak ada. Meningkatkan, jika sebelumnya kesadaran itu sudah ada, tetapi masih lemah dan tercampur keraguan. Orang yang mendalami etika bisnis diharapkan akan memperoleh keyakinan bahwa etika merupakan segi nyata dari kegiatan ekonomis yang perlu diberikan perhatian serius. Atau — sebagaimana akan dirumuskan lagi dalam buku ini — *good business* bukan saja berarti bisnis yang membawa untung banyak, melainkan juga dan terutama bisnis yang berkualitas etis. Tujuan pertama ini paling penting dan perlu dicapai sepenuhnya. Studi etika bisnis harus dinilai gagal total, bila tujuan pertama ini tidak tercapai.

(2) *Memperkenalkan argumentasi moral, khususnya di bidang ekonomi dan bisnis, serta membantu pebisnis (atau calon pebisnis) dalam menyusun argumentasi moral yang tepat.* Dalam etika sebagai ilmu, bukan saja penting adanya norma-norma moral, tidak kalah penting adalah alasan-alasan bagi berlakunya norma-norma itu. Melalui studi etika diharapkan pelaku bisnis akan sanggup menemukan fundamen rasional untuk aspek-aspek moral yang menyangkut ekonomi dan bisnis. Ia harus sanggup bukan saja menunjukkan hal-hal yang tidak boleh dilakukan atau, sebaliknya, yang wajib dilakukan, melainkan juga menunjukkan alasan mengapa suatu perbuatan tidak boleh dilakukan atau justru wajib dilakukan. Tujuan kedua ini tidak mungkin tercapai sepenuhnya. Sepintas mempelajari etika bisnis belum cukup untuk menjadikan seseorang sebagai ahli di bidang ini. Paling-paling ia menjadi tidak asing lagi dalam argumentasi moral dan dapat menduga kemungkinan-kemungkinan yang terdapat di sini. Studi kasus adalah cara yang cocok untuk berkenalan dengan argumentasi moral, asalkan sebelumnya sedikit berbekal teori etika. Setelah menganalisis aspek-aspek etis sebuah kasus konkret, kita harus berusaha mencari pendasaran rasional untuk solusi moral yang sedang kita pikirkan.

(3) *Membantu pebisnis (atau calon pebisnis) untuk menentukan sikap moral yang tepat di dalam profesinya (kelak).* Tujuan ketiga ini berkaitan erat dengan pertanyaan yang sudah lama dipersoalkan dalam etika, bahkan sejak awal sejarah etika pada Sokrates (abad ke-5 SM). Apakah studi etika menjamin seseorang akan menjadi etis juga? Jawabannya sekurang-kurangnya meliputi dua sisi berikut ini. Di satu pihak, harus dikatakan, etika mengikat tapi tidak memaksa. Kesadaran akan norma-norma moral tidak secara otomatis membuahkan orang yang akan berlaku etis juga. Kehendak manusia itu bebas, dan dalam menentukan kehendaknya manusia dipimpin oleh motivasi-motivasi. Dalam konteks bisnis, pencarian keuntungan — walaupun merupakan komponen wajar dari setiap usaha bisnis — bisa menjadi motivasi begitu kuat dan begitu eksklusif hingga mengabaikan dan melewati semua rambu moral. Sepanjang sejarah bisnis, contohnya sudah tidak terhitung lagi. Di lain pihak, studi dan pengajaran tentang etika bisnis boleh diharapkan juga mempunyai dampak atas tingkah laku si pebisnis. Jika studi etika telah membuka mata, konsekuensi logisnya adalah si pebisnis bertingkah laku menurut yang ia akui sebagai benar. Manusia adalah makhluk rasional, dan jika ia mengerti sungguh-sungguh, kemungkinan besar ia akan menyesuaikan kelakuannya dengan pengertian itu. Alasan rasional merupakan alat ampuh untuk mendorong dan membentuk motivasi kebanyakan orang. Dengan demikian, memahami etika

bisnis adalah perlu tapi belum cukup untuk menghasilkan pebisnis yang berpegang pada moral. Pada akhirnya, keputusan moral tergantung pada kebebasan. Moralitas mengundang dan mengimbau, tapi tidak pernah memaksa seseorang.

Selain tiga tujuan pokok tadi, pantas ditambahkan lagi tujuan-tujuan yang selalu diharapkan dapat terwujud melalui studi humaniora pada umumnya dan studi filsafat pada khususnya. Sebagai contoh dapat disebut: menyediakan wawasan yang luas, melatih orang berpikir kritis dan bernuansa, menghindari pendekatan hitam putih, dan sebagainya. Karena latar belakang buku ini adalah etika filosofis, tujuan-tujuan serupa itu turut dimaksudkan juga.

Akhirnya pengarang ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya- besarnya kepada semua pihak yang ikut serta dalam mempersiapkan dan mengerjakan penulisan buku ini. Karena *Pengantar Etika Bisnis* pernah ditulis selama mengajar mata kuliah ini dalam periode panjang, pasti ada banyak orang yang memberi kontribusi – dalam bentuk intelektual maupun material – untuk merealisasikan bukunya. Tidak mungkin menyebutkan nama mereka satu per satu. Secara khusus pengarang mengucapkan banyak terima kasih kepada semua rekan dosen dan para pembaca yang mengajukan kritik atau saran yang akhirnya mengantar menuju edisi revisi ini. Harapan pengarang adalah semoga dalam bentuk baru pun buku ini tetap berguna bagi mahasiswa dan peminat lain yang ingin mempelajari pelbagai aspek etika dalam konteks ekonomi dan bisnis.

Jakarta, 14 Juni 2013

K. Bertens