

## ETIKA DUNIA USAHA ATAU ETIKA BISNIS DALAM PEMBANGUNAN

Oleh:  
**Ginandjar Kartasasmita**  
Menteri Negara Perencanaan Pembangunan Nasional/Ketua Bappenas

**Disampaikan pada Peresmian  
Lembaga Studi dan Pengembangan Etika Usaha Indonesia (LSPEU Indonesia)  
Jakarta, 25 Agustus 1997**

Yang terhormat Saudara Ketua dan Para Anggota Dewan Penyantun,  
Yang Terhormat Saudara Direktur dan Para Anggota Pengurus,  
Para Hadirin dan Undangan lainnya,

*Asalammu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.*

Pertama-tama perkenankanlah saya, mengucapkan selamat atas berdirinya *Lembaga Studi dan Pengembangan Etika Usaha Indonesia* atau disingkat *LSPEU Indonesia*.

Saya sangat menghargai prakarsa bagi terbentuknya lembaga swadaya masyarakat ini. Saya sangat mendukung tumbuh dan berkembangnya lembaga-lembaga swadaya masyarakat seperti ini, karena memasuki abad ke 21 perkembangan ekonomi dan perdagangan internasional, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta nilai dan kelembagaan sosial dan politik akan semakin kompleks, sehingga peran serta masyarakat dalam segenap aspek kehidupan berbangsa, bernegara, dan berma syarakat semakin diperlukan.

Berbicara mengenai *etika dunia usaha* atau *etika bisnis* dalam pembangunan, tidak terlepas dari pembahasan kita mengenai perilaku (*stake holders*-nya), yaitu pelaku ekonomi dan bisnis, pemerintah, dan masyarakat dengan nilai-nilai dalam dunia usaha, kemajemukannya, serta kelembagaannya. Ketiga hal inilah, dikaitkan dengan upaya-upaya pembangunan nasional kita, yang ingin saya kemukakan sebagai lemparan pertama kepada LSPEU Indonesia, untuk kelak dapat lebih dikembangkan baik sebagai bahan diskusi, pemikiran teoritis, maupun saran masukan untuk terus digagas antar pelaku ekonomi, pemerintah, dan masyarakat dalam berbagai aspeknya.

Masalah etika bisnis atau etika usaha akhir-akhir ini semakin banyak dibicarakan bukan hanya di tanah air kita, tetapi juga di negara-negara lain termasuk di negara-negara maju. Perhatian mengenai masalah ini tidak terlepas dari semakin berkembangnya dunia usaha kita sebagai hasil pembangunan selama ini. Peran dunia usaha dalam perekonomian begitu cepatnya, sehingga dalam hal investasi, misalnya, sekarang sudah 3 kali investasi pemerintah. Kegiatan bisnis yang makin merebak baik di dalam maupun di luar negeri, telah menimbulkan tantangan baru, yaitu adanya tuntutan praktek bisnis yang baik, yang etis, yang juga menjadi tuntutan kehidupan bisnis di banyak negara di dunia. Transparansi yang dituntut oleh ekonomi global menuntut pula praktik bisnis yang etis. Dalam ekonomi pasar global, kita hanya bisa *survive* kalau mampu bersaing. Untuk bersaing harus ada daya saing, yang dihasilkan oleh produktivitas dan efisiensi. Untuk itu pula, diperlukan etika dalam berusaha, karena praktik berusaha yang tidak etis, dapat mengakibatkan rente ekonomi, mengurangi produktivitas dan mengekang efisiensi.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang cepat, juga berpengaruh pada masalah etika bisnis. Benteng moral dan etika harus ditegakkan guna mengendalikan kemajuan dan penerapan teknologi bagi kemanusiaan. Kemajuan teknologi informasi misalnya, akan memudahkan seseorang mengakses *privacy* orang lain.

Dunia etika adalah dunia filsafat, nilai, dan moral. Dunia bisnis adalah dunia keputusan dan tindakan. Etika bersifat abstrak dan berkenaan dengan persoalan *baik* dan *buruk*, sedangkan bisnis adalah konkrit dan harus mewujudkan apa yang telah diputuskan. Hakikat moral adalah tidak merugikan orang lain. Artinya moral senantiasa bersifat positif atau mencari kebaikan. Dengan demikian sikap dan perbuatan dalam konteks *etika bisnis* yang dilakukan oleh semua yang terlibat, akan menghasilkan sesuatu yang baik atau positif, bagi yang menjalankannya maupun bagi yang lain. Sikap atau perbuatan seperti itu dengan demikian tidak akan menghasilkan situasi “*win-lose*”, tetapi akan menghasilkan situasi “*win-win*”.

Apabila moral adalah nilai yang mendorong seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, maka etika adalah rambu-rambu atau patokan yang ditentukan sendiri oleh pelaku atau kelompoknya. Karena moral bersumber pada budaya masyarakat, maka moral dunia usaha nasional tidak bisa berbeda dengan moral bangsanya. Moral pembangunan haruslah juga menjadi moral bisnis pengusaha Indonesia.

Sebagai suatu Lembaga yang baru berdiri, LSPEU Indonesia tentu tidak terlepas dari berbagai tantangan dan kendala dalam mempertahankan dan mengembangkan eksistensinya. Pada kesempatan ini saya ingin sedikit memberikan sumbangan pemikiran bagi arah kegiatan Lembaga ini dalam melaksanakan fungsi pelayanannya kepada masyarakat luas.

*Pertama*, menurut hemat saya, inti daripada etika bisnis yang pantas dikembangkan di tanah air kita adalah *pengendalian diri*, sesuai dengan falsafah Pancasila yang kita miliki. Kita semua menyadari bahwa keuntungan adalah motivasi bisnis. Yang ingin diatur dalam etika bisnis adalah bagaimana memperoleh keuntungan itu. Keuntungan yang dicapai dengan cara yang curang, secara tidak adil, dan bertentangan dengan nilai-nilai budaya dan martabat kemanusiaan, tidaklah etis.

Etika bisnis juga “*membatasi*” besarnya keuntungan, sebatas yang tidak merugikan masyarakatnya. Kewajaran merupakan ukuran yang relatif, tetapi harus senantiasa diupayakan. Etika bisnis bisa mengatur bagaimana keuntungan digunakan. Meskipun keuntungan merupakan hak, tetapi penggunaannya harus pula memperhatikan kebutuhan dan keadaan masyarakat sekitarnya.

*Kedua*, kepekaan terhadap keadaan dan lingkungan masyarakat. Etika bisnis harus mengandung pula sikap solidaritas sosial. Misalnya, dalam keadaan langka, harga suatu barang dapat ditetapkan sesuka hati oleh mereka yang menguasai sisi penawaran. Disini penghayatan dan kepekaan akan tanggung jawab dan solidaritas sosial harus menjadi rambu-rambu.

*Ketiga*, mengembangkan suasana persaingan yang sehat. Persaingan adalah “adrenalin”-nya bisnis. Ia menghasilkan dunia usaha yang dinamis dan terus berusaha menghasilkan yang terbaik. Namun persaingan haruslah adil dengan aturan-aturan yang jelas dan berlaku bagi semua orang. Memenangkan persaingan bukan berarti mematikan saingan atau pesaing. Dengan demikian persaingan harus diatur agar selalu ada, dan dilakukan di antara kekuatan-kekuatan yang kurang lebih seimbang.

*Keempat*, yang besar membantu yang kecil. Praktek bisnis yang etis tidak menghendaki yang besar tumbuh dengan mematikan (*at the cost of*) yang kecil. Usaha besar dalam proses pertumbuhannya harus pula “membawa-tumbuh” usaha-usaha kecil. Ada hal-hal yang lebih tepat dilakukan oleh usaha skala kecil. Pengalaman negara lain menunjukkan bahwa usaha besar, menengah, dan kecil harus saling menunjang, sehingga terbentuk struktur dunia usaha yang kukuh.

*Kelima*, bisnis tidak boleh hanya memperhatikan masa kini atau kenikmatan saat ini. Sikap “aji mumpung” bertentangan dengan etika bisnis. Dunia usaha harus pula memperhatikan masa depan bangsa dan mewariskan keadaan yang lebih baik bagi generasi yang akan datang. *Kesinambungan* harus merupakan bagian dari etika bisnis dunia usaha Indonesia. Dalam kaitan ini, lingkungan alam tidak boleh dikorbankan untuk kepentingan jangka pendek atau menarik

keuntungan yang sebesar-besarnya. Bisnis yang baik harus selalu memperhatikan keberlanjutan (*sustainability*) alam yang mendukungnya.

*Keenam*, memelihara jatidiri, jiwa kebangsaan dan jiwa patriotik. Kita menyadari bahwa globalisasi ekonomi akan membuat kegiatan bisnis menjadi berkembang tidak mengenal tapal batas. Struktur usaha tidak bisa lagi dibatasi oleh nasionalitas. Proses produksi akan terdiri dari rangkaian simpul-simpul yang tersebar di berbagai negara. Pemilikan usaha juga akan semakin mengglobal. Bahkan WTO menghendaki dihapuskannya perbedaan antara asing dan domestik dalam perlakuan terhadap investasi dan perdagangan.

Karena itu kita tidak boleh hanyut dan tidak memandang penting lagi hakikat kebangsaan. Bisnis bisa internasional, tetapi setiap orang pada dasarnya tidak bisa melepaskan diri dari ikatan kewarganegaraannya. Oleh karena itu dalam keadaan bagaimanapun pelaku bisnis warga negara Indonesia, tidak boleh kehilangan rasa kebangsaannya dan jatidirinya sebagai orang Indonesia. Ia harus memiliki kepedulian dan komitmen untuk turut menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi bangsanya melalui kiprahnya dalam bisnis. Jiwa patriotik harus selalu menyala di dalam diri insan bisnis Indonesia, betapapun “internasional”nya wawasan dan kegiatan bisnis yang dilakukannya. Ia tetap harus memperhatikan dan mendahulukan kepentingan bangsanya, yaitu bangsa yang telah membesarkan bisnis dan dirinya.

Etika usaha yang didambakan oleh kita semua tentu tidak akan dengan sendirinya dipraktikkan oleh kalangan dunia usaha tanpa adanya suatu “aturan main” yang jelas bagi dunia usaha itu sendiri.

Saya sadari bahwa masalah etika adalah normatif. Pada dirinya lebih bersifat subjektif. Yang perlu kita upayakan adalah membangun konsensus nasional. Sumbangan pemikiran saya dalam rangka peresmian Lembaga Studi dan Pengembangan Etika Usaha (LSPEU) Indonesia malam ini juga saya maksudkan untuk “melempar bola” dalam proses mencari konsensus nasional tersebut. Dalam kaitan ini pula maka berjalannya pengawasan sosial yang efektif menjadi suatu keharusan.

Saya sangat mengharapkan bahwa LSPEU Indonesia dapat mengembangkan pedoman-pedoman etika dalam berusaha yang dapat menjadi konsensus dari seluruh dunia usaha Indonesia. Juga dapat bertindak sebagai “wasit” dan pengawas masyarakat terhadap praktek-praktek bisnis di negara kita. Seperti lembaga konsumen dalam melindungi konsumen terhadap produk-produk yang merugikan, lembaga ini harus dapat melindungi masyarakat dari praktek-praktek bisnis yang juga merugikannya.

Pengembangan wacana etika bisnis harus dikembangkan sedini mungkin. Agar kita dapat menyongsong abad ke 21 dengan penuh percaya diri, maka daya saing kita tidak bisa tidak harus terus diasah sehingga kita dapat berkompetisi di tingkat global — dan etika bisnis memainkan peran yang amat penting dalam pembentukan iklim yang mendorong ke arah itu.

Selamat bekerja.