

## PEMBERDAYAAN ETIKA BISNIS SEBAGAI PENYEIMBANG DALAM MENGHADAPI MEA 2015

Nuria Siswi Enggarani

Universitas Muhammadiyah Surakarta

nurinasaku@gmail.com

### Abstrak

Tahun 2015 adalah tahun bagi negara-negara anggota Asean atau yang lebih dikenal dengan Masyarakat Ekonomi Asean (ASEAN Economic Community) untuk melakukan integrasi ekonomi. Integrasi ekonomi ini merupakan implementasi dari komunitas ASEAN. MEA menjadikan ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi. Untuk menghadapi pasar bebas tersebut dalam menjalankan bisnisnya harus dilandasi etika bisnis yang kuat dalam rangka menjaga keseimbangan pasar terbuka serta mewujudkan pembangunan yang adil dan berkelanjutan karena pengabaian etika bisnis dirasakan akan membawa kerugian tidak saja buat masyarakat, tetapi juga bagi tatanan ekonomi nasional. Di dalam kenyataannya etika yang ditegakkan atas dasar kesadaran individu-individu tidak dapat berjalan karena tarikan berbagai kepentingan, terutama untuk mencari keuntungan yang paling utama dalam bisnis. Padahal, disadari atau tidak, para pengusaha yang tidak memperhatikan etika bisnis akan menghancurkan nama mereka sendiri dan negara. Pemberdayaan etika bisnis sebagai kata kunci untuk peningkatan daya saing global dan dalam rangka menjaga keseimbangan pasar terbuka perlu dikembangkan dan diterapkan melalui tiga pendekatan: (1) pengaturan sistem ekonomi berbasis Sistem Ekonomi Kerakyatan, (2) regulasi diri dengan penerapan kode etik dan regulasi dari pemerintah yang berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bisnis, dan (3) penerapan CSR dan GCG dalam perusahaan. Sistem ekonomi kerakyatan yang ada dalam pasal 33 UUD 1945 harus benar-benar menjadi landasan konstitusi dalam upaya untuk memberdayakan para pelaku bisnis. Oleh karenanya standar moral harus dituangkan dalam aturan hukum yang diberikan sanksi.

Kata Kunci: MEA, Pengaturan dalam Sistem Ekonomi, Regulasi diri, Pendekatan formal

## A. PENDAHULUAN

Tahun 2015 adalah tahun bagi negara-negara anggota Asean atau yang lebih dikenal dengan Masyarakat Ekonomi Asean (ASEAN Economic Community) untuk melakukan integrasi ekonomi. Integrasi ekonomi ini merupakan implementasi dari komunitas ASEAN. MEA menjadikan ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi, yang memiliki lima elemen :

1. Aliran bebas barang
2. Aliran bebas jasa
3. Aliran bebas Investasi
4. Aliran bebas modal
5. Aliran bebas tenaga kerja terampil.

Dalam cetak biru MEA, disebutkan bahwa salah satu bentuk pasar tunggal berbasis produksi adalah kerjasama di bidang pangan, pertanian dan kehutanan. Kemudian untuk menjalankan MEA sebagai aliran bebas investasi, dilakukan perjanjian pembentukan ASEAN Investment Area (AIA), yang salah satu klausulnya menyatakan kewajiban negara-negara ASEAN untuk membukakan industri dan jasa yang terkait dengan bidang manufaktur, pertanian, perikanan, kehutanan dan pertambangan.<sup>307</sup> Jelaslah dengan cetak biru MEA itu, agribisnis transnasional mendapatkan tempat yang baik untuk berkembang dengan aman di Asia Tenggara, termasuk di Indonesia.

Untuk menghadapi pasar bebas tersebut itu, harus ada sinergi tiga kelompok, yaitu wirausaha, birokrasi dan pekerja. Sinergi ini mengarah pada peningkatan daya saing global perekonomian Indonesia. Dan juga yang terpenting adalah dalam menjalankan bisnisnya harus dilandasi etika bisnis yang kuat dalam rangka menjaga keseimbangan pasar terbuka serta mewujudkan pembangunan yang adil dan berkelanjutan

Sejarah perkembangan teknologi usai perang dunia kedua memacu bisnis di negara kapitalis menjadi makin dinamis. Sayangnya perkembangan teknologi produksi, informasi, dan manajemen ini kurang diikuti kesadaran moral dan intelektual pelakunya. Akibatnya, sejak 1970-an dunia menyaksikan berbagai skandal bisnis dan

---

<sup>307</sup> Departemen Luar Negeri, 2009, Cetak Biru Komunitas Ekonomi ASEAN

kontroversi sebagai dampak beroperasinya bisnis, terutama bisnis skala besar, yang sangat merugikan masyarakat. Berbagai forum dan gerakan yang menyuarakan moralitas dalam berbisnis pun makin sering terdengar. Sejalan dengan itu, etika bisnis sebagai bidang studi berkembang dengan cepat, dimulai di AS dan beberapa tahun ini mulai ke Indonesia.

Krisis yang dialami oleh bangsa Indonesia dewasa ini pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai krisis kredibilitas yang berakar pada krisis integritas moral. Kepercayaan masyarakat dan dunia luar terhadap elite politik dan elite ekonomi orde baru dan sisa-sisanya menjadi berkurang karena perilaku kurang bertanggung jawab yang telah menimbulkan kerugian amat besar pada masyarakat dan dunia luar. Krisis ekonomi dan krisis multidimensi di Indonesia yang terjadi sejak 1997 sebenarnya bersumber kepada satu hal, yaitu tidak dirumuskannya "etika" dimana etika memegang peran sentral sebagai paradigma praktik penyelenggaraan negara salah satunya dalam bidang ekonomi yaitu dalam bisnis. Kredibilitas dan kesuksesan bangsa Indonesia dalam bisnis internasional juga ikut ditentukan oleh sejauh mana bisnis kita memahami dan mengantisipasi perkembangan itu. Dengan kata lain, usaha keluar dari badai krisis yang pernah dialami oleh bangsa Indonesia melibatkan pula penggunaan etika dalam berbisnis.

Dalam dunia bisnis perilaku etis kelihatannya tidak searah dengan motif mendapatkan keuntungan maksimal sebagaimana tujuan bisnis pada umumnya. Motif tersebut justru menimbulkan kecenderungan sifat serakah dengan segala efek negatifnya lebih-lebih bila disertai kecenderungan hidup mewah. Dari sudut pandang makro misalnya, Indonesia termasuk negara yang dinilai sebagai salah satu negara penuh dengan korupsi. Menurut Kuntowijoyo, bangsa Indonesia juga sebagai bangsa bermental klien. Melalui modal dan produk, kita menjadi klien AS, Eropa, Jepang, Taiwan, Korsel, Singapura dan RRC. Melalui TKI dan TKW kita menjadi klien Malaysia dan negara-negara timur tengah. Melalui TV kita menjadi klien AS, Jepang, Amerika Latin, Taiwan dan India. Melalui utang kita menjadi klien IMF, Bank dunia dll. Dari sudut pandang mikro, biasanya sulit dipisahkan dari citra makro, misalnya kekayaan intelektual kurang dihargai sehingga perlindungan terhadap hak cipta, seperti merk dagang kurang mendapat perhatian. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh *Business Software Alliance* yang dilansir pada tahun 1997 menunjukkan data yang spektakuler,

yaitu bahwa 93 % software komputer yang beredar di Indonesia pada tahun tersebut adalah hasil bajakan. Akibat pelanggaran hak cipta atas software komputer tersebut, khusus yang dimiliki orang atau badan hukum dan terdaftar di Amerika Serikat, telah menimbulkan kerugian sebesar US\$ 226,8 juta selama tahun 1997.<sup>308</sup> Secara deontologis kita pun wajib menghormati apa yang oleh John Locke disebut "hak milik" (*property right*). Dimana hak milik intelektual ini bukan hanya melindungi kepentingan bisnis besar, tetapi juga memagari kepentingan para penemu dari kalangan perseorangan terhadap perilaku tidak etis bisnis besar.<sup>309</sup>

Karena itu bila Indonesia ingin memperbaiki moralitas khususnya dibidang bisnis, mestinya dikaitkan dengan usaha memperbaiki moralitas bangsa, karena dalam kegiatan bisnis membutuhkan kesadaran moral yang semakin tinggi, tidak hanya untuk kepentingan pihak-pihak yang langsung terlibat dalam kegiatan bisnis, tetapi bagi kesejahteraan dan keadilan antar bangsa, untuk generasi sekarang maupun masa mendatang atau pembangunan berkelanjutan bagi seluruh bangsa dan negara, yaitu salah satunya dengan memberdayakan etika bisnis khususnya di kalangan pelaku bisnis sebagai penyeimbang dan prasyarat pencapaian keberhasilan dalam menghadapi pasar terbuka.

Sonny Keraf memberikan gambaran yang jelas tentang pengertian etika, etika perlu dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya. Etika adalah sebuah ilmu dan bukan ajaran yang memberi kita norma tentang bagaimana kita harus hidup adalah moralitas. Sedangkan etika hanya melakukan refleksi kritis atas norma atau ajaran moral tersebut.<sup>310</sup>

Secara umum pengertian etika bisnis adalah prinsip-prinsip moral atau aturan tingkah laku atau kaidah-kaidah etik yang dianut dalam berbisnis, baik sebagai institusi maupun dalam melaksanakan bisnisnya. Etika bisnis dengan kata lain adalah etika

ISBN: 7  
dalam bentuk praktek. Hal itu tidak hanya meliputi analisis norma-norma moral dan nilai-nilai moral tetapi juga berusaha mempraktekkan analisis tersebut.

Menurut Richard T de George, etika bisnis secara khusus menyangkut empat macam kegiatan: *Pertama*, penerapan prinsip-prinsip etika umum pada kasus atau praktik-praktik kasus dalam bisnis; *Kedua*, penerapan etika bisnis tidak sekedar menerapkan etika dalam kegiatan bisnis, tapi juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR); *Ketiga*, etika bisnis juga menyoroti moralitas sistem ekonomi pada umumnya serta sistem ekonomi pada suatu negara tertentu; dan *Keempat*, etika bisnis juga menyangkut bidang yang biasanya sudah meluas melampaui bidang etika, misalnya operasi perusahaan transnasional, kewajiban negara maju terhadap negara berkembang di bidang bisnis.<sup>311</sup>

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil (*fairness*), sesuai dengan hukum yang berlaku (*legal*) tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat

## B. PEMBAHASAN

Dalam dunia perbankan di Indonesia sejak krisis moneter (*krismon*) tahun 1997, yang belum kunjung teratasi sampai sekarang, terlihat telah berkembang sistem dan praktek perbankan kapitalistik yang tidak etik karena menekankan pada pengejaran untung sebesar-besarnya. Krisis ekonomi yang sangat parah tersebut, dan hingga kini masih belum pulih, merupakan refleksi buruknya etika bisnis di Indonesia, baik di kalangan pemerintahan maupun swasta, baik di pusat maupun di daerah, serta di segala tingkatan. Di Indonesia, khususnya di lingkungan pelaku ekonomi, keberadaan etika bisnis tampaknya masih merupakan suatu konsep. Naskah Kode Etik Pengusaha Indonesia sejak tahun 1989 telah disetujui oleh rapim Kadin (Kamar Dagang dan Industri) untuk disosialisasikan dan ditegakkan di lingkungan pengusaha. Namun dalam praksis, masyarakat dengan mata telanjang telah melihat kekotoran sepak

<sup>311</sup> *Ibid*, hal 45

terjang pengusaha-pengusaha Indonesia dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Menurut I.S Susanto, dimensi etik di kalangan bisnis sangat tipis bahkan terabaikan<sup>312</sup>. Dalam suatu negara yang masyarakatnya beragama, mempunyai ideologi Pancasila dan masih menjunjung nilai moral kondisi tersebut nampak sangat memprihatinkan.

Laurence Kohlberg membagi perkembangan moral tersebut ke dalam tiga tingkatan atau tiga tahapan, tahapan penalaran moral itu berkembang dari tahap Prakonvensional, Konvensional, sampai tahap Pascakonvensional. Dalam tahap Prakonvensional atau tahap yang paling primitif, perilaku yang benar adalah apa yang menguntungkan diri sendiri. Orang-orang yang perkembangan moralnya baru (atau hanya) sampai tahap ini sikap dan tindakannya didorong oleh keinginannya untuk memenuhi kebutuhan sendiri, dan untuk menghindarkan diri dari sanksi atau hukuman

Dalam tahap konvensional yang dipahami pedoman adalah norma keluarga, kelompok dan masyarakat. Norma-norma tersebut diterima sebagai standar moralitas begitu saja, tanpa ditimbang-timbang dan dipikirkan dengan sungguh-sungguh. Norma itu diterima sebagai benar adanya, karena kebiasaan dalam lingkungan keluarga, kelompok dan masyarakat dianggap mewakili otoritas. Orang-orang dalam tahap ini sikap dan tindakannya didorong oleh keinginan untuk menyenangkan orang-orang lain disekitarnya. Yang dianggap paling penting ialah loyalitas kelompok.

Pada tahap yang terakhir, tahap Pascakonvensional atau tahap otonomi moral standar benar salah adalah seperangkat asas yang terkait dengan hak-hak dan kebaikan umum yang tidak dapat direduksi ke egoisme atau konvensionalisme sosial. Pada tahap ini orang bergumul sendiri dengan pertimbangan moralnya dan menolak anggapan bahwa kelaziman sosial senantiasa benar. Mereka berusaha untuk hidup menurut kaidah-kaidah yang rampat (*general*). Motivasinya ialah berbuat apa yang secara moral wajar pada dirinya sendiri, dan tidak ditentukan oleh kepentingan-kepentingan luar. Mereka ingin memperhatikan integritas moral dan harga dirinya dan sekaligus juga menghargai harkat dan martabat orang lain. Saat ini para pelaku bisnis di Indonesia masih berada pada tahap prakonvensional.<sup>313</sup>

<sup>312</sup> I.S Susanto, "Hukum, Etika Politik dan Etika Bisnis", Kompas, 1 Juni 1995.

<sup>313</sup> Laurence Kohlberg dalam Adi Sulistiyono, *Op.Cit*.

Ada beberapa hal yang menyebabkan makin pentingnya peranan etika bisnis yang diterapkan secara benar, termasuk didalamnya sektor publik atau pemerintah, maupun sektor korporat pada umumnya. Hal-hal tersebut meliputi:<sup>314</sup>

1). Merosotnya moralitas bangsa-bangsa;

Rukmana, menilai praktik bisnis yang dijalankan selama ini masih cenderung mengabaikan etika, rasa keadilan dan kerap kali diwarnai praktik-praktik bisnis tidak terpuji atau *moral hazard*. Korupsi, kolusi, dan nepotisme yang semakin meluas di masyarakat yang sebelumnya hanya di tingkat pusat dan sekarang meluas sampai ke daerah-daerah, dan meminjam istilah guru bangsa yakni Gus Dur, korupsi yang sebelumnya di bawah meja, sekarang sampai ke meja-mejanya dikorupsi adalah bentuk *moral hazard* di kalangan ekit politik dan elit birokrasi. Hal ini mengindikasikan bahwa di sebagian masyarakat kita telah terjadi krisis moral dengan menghalalkan segala macam cara untuk mencapai tujuan, baik tujuan individu memperkaya diri sendiri maupun tujuan kelompok untuk eksistensi keberlanjutan kelompok.<sup>315</sup>

Realita menunjukkan bahwa KKN menjadi penyebab menurunnya moralitas di hampir seluruh dunia, khususnya di bidang bisnis termasuk di Indonesia. Robert Klitgaard dalam buku karyanya: *Controlling Corruption, 1991* mengatakan bahwa: "Korupsi merupakan salah satu masalah paling besar di negara berkembang dan masalah itu semakin menarik perhatian begitu kita memasuki dekade terakhir abad ke-20"<sup>316</sup>. Ditambah lagi kasus pencurian ikan oleh nelayan asing yang juga sangat besar dimana Indonesia merupakan negara maritim dan kepulauan terbesar dunia, dengan kekayaan tersebut diharapkan sektor kelautan dapat menjadi *prime mover* pembangunan ekonomi Indonesia.<sup>317</sup>

2). Peran kegiatan bisnis makin penting; dengan semakin berkembangnya kegiatan bisnis di Indonesia ditambah pesatnya arus globalisasi membutuhkan berlakunya

<sup>314</sup> Dochal latief, Op.Cit, hal 61

<sup>315</sup> Rukmana, *Etika Bisnis dalam Prinsip Ekonomi Syariah*. Makalah Disajikan pada Seminar "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam" yang diselenggarakan oleh Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Cabang Bandung, sabtu 6 Maret 2004.

<sup>316</sup> Achmad Ali, 2005, *Keterpurukan hukum di indonesia (penyebab dan solusinya)*, Bogor, Ghalia Indonesia, hal 5

<sup>317</sup> Dochal latief, Op.Cit, hal 77.

- hukum positif, juga diperlukan standar moral yang jelas, agar terdapat keseimbangan antara pelaku bisnis yang kuat dengan pelaku bisnis yang lemah.
- 3). *Trust* sebagai syarat utama; *Trust* atau saling mempercayai merupakan syarat utama dalam kegiatan bisnis, Para pemeran bisnis telah lama menyadari bahwa pada kenyataannya hubungan bisnis tidak akan berjalan baik bila tidak ada cukup sikap saling mempercayai. Bahkan munculnya kalangan-kalangan pelaku bisnis eksklusif berdasarkan penggolongan etnis bermula pada hubungan saling percaya yang telah dijalin dengan hubungan hutang budi di masa-masa sebelumnya.<sup>318</sup> Frans Magnis-Suseno juga mengkonstatir bahwa tanpa kepercayaan ini, bisnis tidak akan berjalan baik, karena kepercayaan memberikan kemungkinan untuk interpedensi yang memungkinkan perkembangan bersama.<sup>319</sup> *Trust* atau kepercayaan akan sangat menghemat biaya produksi dan distribusi barang dan jasa/efisiensi biaya yang termasuk bagian penting untuk meningkatkan daya saing.
  - 4). Bisnis mempertaruhkan segalanya; Kegiatan bisnis mempertaruhkan segalanya, harga diri, nama baik, selain tentunya menguntungkan baik dalam arti materi non materi. Pembangunan di Indonesia diarahkan pada pemunculan kantong-kantong ekonomi yang dikuasai oleh pihak tertentu (konglomerasi) yang diharapkan akan memberikan tetesan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat atau sektor ekonomi yang ada dibawahnya (*trickle down effect*) ternyata hanya isapan jempol belaka. Justru sektor bisnis yang besar dan maju tersebut semakin menumpuk modal bahkan menyerap modal dari masyarakat kelas bawah dan menengah untuk melakukan investasi dalam industri yang dikuasai oleh jaringan bisnis yang mereka kuasai. Memang teorema dalam dunia ekonomi selalu berlaku bahwa sekali manusia berhasil menguasai kegiatan ekonomi tertentu dan berhasil mencapainya dengan baik, maka ia akan selalu mengulanginya di masa-masa yang akan datang. Sama halnya dengan teorema yang dinyatakan oleh Lord Acton yang berkaitan dengan kekuasaan: kekuasaan cenderung korup dan kekuasaan yang absolut maka korupsi juga akan terjadi secara absolut.
  - 5). Etika bisnis di tingkat global; Perekonomian global sekarang ini terstruktur dalam Multi Natial Corporation (MNC), kapitalis kaliber transnasional dan kultur ideologi konsumerisme. Jelas sekali bahwa sistem ekonomi neo-liberal penuh dengan

<sup>318</sup> Robby I. Chandra, 1995, *Etika Dunia Bisnis*, Yogyakarta, Kanisius Yogyakarta, hal 125.

<sup>319</sup> Franz Magnis-Suseno, "Sekitar Etika Bisnis", makalah untuk kuliah Etika Bisnis, Institut Manajemen Prasetiya Mulia, Jakarta, Oktober 1991



berbagai kekurangan yang dapat diikuti dalam sejarah perkembangan ekoomi dunia sejak tahun 1950-an sampai sekarang ini. Lebih-lebih melihat realita di hampir semua negara khususnya negara berkembang, bahwa kebijakan pembangunan yang mendasarkan konsep liberal membawa banyak malapetaka. Bahwa model pembangunan seperti yang dipromosikan secara besar-besaran oleh IMF dan Bank Dunia dan semua institusi ekonomi dunia kahir-akhir ini tidak sesuai untuk sebagian orang. Keberhasilan AS justru merupakan salah satu kunci masalah dunia. Kemerostan Etika Pembangunan khususnya di bidang hukum dan bisnis modern berkaitan erat dengan pemaksaan dipatuhinya aturan main global yang masih asing dan sulit dipenuhi perusahaan-perusahaan nasional. Aturan main globalisasi dengan paham Neoliberal yang garang terutama berasal dari ajaran "Konsensus Washington" telah menyudutkan peranan negara-negara berkembang termasuk Indonesia. KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme) merupakan jalan pintas para pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan secara tidak bermoral yang merasuk pada birokrasi yang berciri semi-feodal.

Konsep etika bisnis didalamnya mengandung prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip tidak berbuat jahat, prinsip keadilan dan prinsip hormat kepada diri sendiri<sup>320</sup>. Konsep etika bisnis dapat dilakukan melalui pemberdayaan Etika Bisnis yang dapat diterapkan dengan pendekatan Etika Bisnis menurut Richard T de George, yaitu melalui:

- a. Pengaturan sistem Ekonomi;  
Merupakan komitmen logis terhadap aturan-aturan sistem pasar bebas. Perusahaan yang berkecimpung dalam bisnis, dengan itu memasuki suatu sistem ekonomi tertentu. Sistem itu ada aturan-aturan mainnya jadi pengusaha yang masuk di situ dengan sendirinya mempunyai komitmen terhadap aturan-aturan yang berlaku. Berpegang pada aturan-aturan main itu merupakan suatu syarat untuk mencapai sukses.<sup>321</sup>

Aturan-aturan main tersebut seiring dengan cepatnya proses globalisasi didasarkan pada sistem ekonomi neo-liberal kapitalistik yang berpendapat bahwa

<sup>320</sup> Lihat dalam Sony Keraf, 1993, *Etika Bisnis*, Yogyakarta, Kanisius, hal 70-75.

<sup>321</sup> K. Berttens, 2003, *Keprihatinan Moral, Telaah atas Masalah Etika*, Yogyakarta, Kanisius 2003,

perekonomian suatu negara akan lebih efisien jika bebas dari campur tangan pemerintah dan sepenuhnya diserahkan pada mekanisme pasar bebas atau setidaknya makin sedikit campur tangan pemerintah dalam perekonomian akan semakin baik, sistem inilah yang sekarang diikuti hampir oleh seluruh negara, termasuk negara Indonesia. Sistem ini mempengaruhi perilaku bisnis dan keputusan etis didalamnya.

Hal yang paling menentukan ketika kita ingin memajukan ekonomi yang adalah keberpihakan pemerintah. Intervensi pemerintah sangat menentukan maju atau tidaknya sistem ekonomi ini. Konglomerasi, pemusatan kekayaan terjadi karena "market failure" sistem kapitalis yang berdasarkan pasar. Ketika manusia dibiarkan bebas bersaing dalam mekanisme pasar, tanpa nilai, tanpa aturan dan intervensi pemerintah, terjadilah ekonomi darwinisme. Yang kuat akan semakin kuat, akan menguasai akses-akses perekonomian, sumber daya, sehingga terjadi pemusatan kapital. Yang lemah akan semakin lemah, dikuasai dan lain sebagainya.

Sistem ekonomi pasar sosialis yang dilakukan di RRC sejak tahun 1992 memberikan banyak sekali kemajuan bagi masyarakat Cina modern, bahwa sistem ekonomi Cina memiliki keunikan yang tidak pernah ada di negara manapun di dunia, sistem ini pun memiliki beberapa elemen-elemen penting yang lahir dari setiap aktivitas berbudaya (melalui bisnis). Berikut beberapa elemen tersebut : guanxi, ganqing, xinyong.<sup>322</sup>

Guanxi secara harafiah, berarti hubungan. Dalam budaya bisnis Cina guanxi dapat diartikan sebagai 'koneksi'. 'Koneksi' di sini bermakna sebagai suatu jaringan hubungan di antara bermacam-macam personal, kelompok / badan yang saling bekerjasama dan mendukung satu sama lain. Mental para pebisnis Cina sangat dekat maknanya dengan sebuah pameo dari Barat, "You scratch my back, I'll scratch yours." Di mana pun, kapan pun, dalam mengurus segala hal, orang Cina selalu "kao guanxi", artinya pakai koneksi. guanxi adalah jaminan akan kelancaran berbisnis di Cina.

Ganqing Secara harafiah ganqing berarti perasaan. Dalam budaya bisnis Cina konsep ganqing masih berhubungan dekat dengan guanxi. Ganqing merefleksikan suasana umum dari hubungan sosial dari dua orang atau dua badan yang saling berinteraksi. Seseorang dapat dikatakan memiliki ganqing yang baik jika hubungannya dengan orang lain tersebut baik, selain track-record hubungan yang baik di antara

keduanya. Sedangkan ganqing yang mendalam adalah terdapatnya ikatan perasaan / hubungan batin yang dalam pada hubungan social itu sendiri. Perkataan atau tindakan yang dapat melukai perasaan orang Cina sepatutnya dihindari jika ingin terus bekerjasama (berbisnis) dengan mereka.

Xinyong dalam istilah bahasa Inggris, disebut sebagai gentlemen's agreement (Cheng, 1985). Xinyong dalam budaya bisnis Cina bermakna sebagai sebuah jaringan antar pribadi. Bagi orang Cina kepercayaan antar pribadi merupakan hal yang terpenting. Para pengusaha etnis Cina biasanya hanya berhubungan komersial dengan orang yang sudah mereka kenal. Oleh karena itu, reputasi seseorang penting artinya bagi transaksi bisnis. Dahulu, para pebisnis Cina secara pribadi akan berhubungan langsung dengan rekan-rekan bisnisnya, karena hal ini akan meningkatkan kemutlakan peran pemilik di samping tetap menjaga reputasinya sebagai pemilik perusahaan. Xinyong dapat tertuang dalam kontrak verbal di suatu transaksi bisnis. Persetujuan verbal dianggap sudah cukup. Jika pihak I mengatakan akan melakukan sesuatu maka dia tidak akan ingkar. Bagi mereka ingkar adalah perbuatan yang dapat mencoreng. Jika tersebar reputasinya akan jatuh dan tidak akan ada lagi yang bersedia bisnis dengannya lagi (atau kehilangan lian).

Sistem ekonomi pasar sosialis yang dilakukan di RRC diatas, dipengaruhi oleh nilai-nilai Konfusian yang merupakan nilai-nilai tradisional cina, yang mengajarkan tentang bagaimana suatu negara seharusnya dijalankan, dengan menekankan kepada pendidikan moral yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui sosialisasi dalam keluarga. Dalam konvensi moralnya konfusius juga mengajarkan tentang paham kolektivisme. Menurutnya, kolektivisme ini menentukan status individu yang ditentukan oleh hubungannya dengan sistem hierarki, maksudnya orang yang beretika Konfusian akan bertindak sesuai dengan harapan orang lain daripada harapan/keinginannya pribadi, sehingga mereka selalu bersedia bekerjasama. Individu tidak terpisah dari struktur sosial, melainkan sebagai komponen etis dari suatu bangunan sosial yang lebih besar.

Dalam sistem ekonomi Indonesia yaitu Ekonomi kerakyatan atau kekeluargaan yang lebih memberi penekanan pada *rule of moral* daripada *rule of law*, etika bisnis nampaknya perlu mendapat perhatian yang besar dan diusahakan ikut mewarnai kegiatan ekonomi. Hal ini memang suatu tantangan yang berat, karena selama ini

dilingkungan dunia bisnis terlanjur melekat suatu "mitos bisnis amoral".<sup>323</sup> Prinsip bisnis amoral itu menyatakan "bisnis adalah bisnis dan etika adalah etika, keduanya tidak boleh dicampuradukkan"<sup>324</sup>.

Indonesia sebagai negara dengan sistem ekonomi yang khas menunjukkan kombinasi antara sistem ekonomi kapitalisme<sup>325</sup> dan ekonomi kerakyatan. Ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan rakyat yang sesuai dengan Pasal 33 ayat 1 UUD 45 dan sila ke empat Pancasila, artinya, rakyat harus berpartisipasi penuh secara demokratis dalam menentukan kebijaksanaan ekonomi dan tidak menyerahkan begitu saja keputusan ekonomi kepada kekuatan atau mekanisme pasar. Ukuran apakah sistem ekonomi rakyat telah dijalankan atau tidak, terletak pada implementasinya dalam pemberdayaan ekonomi rakyat. Dalam ekonomi rakyat, aturan mainnya adalah keadilan ekonomi, yaitu aturan main tentang ikatan-ikatan ekonomi yang didasarkan pada etika, artinya semua perilaku bisnis dan usaha modifikasi sistem ekonomi Indonesia yang memiliki disintegrasi akan dinilai sebagai hal yang tidak etis. Sebaliknya semua yang mengakibatkan integrasi dan perkembangan bangsa ini akan dinilai sebagai hal yang etis. Dengan prinsip musyawarah dan mufakat yaitu prinsip komunikasi dialogis didapatkan peluang untuk mencapai penerimaan oleh semua pihak. Intinya ekonomi rakyat adalah ekonomi partisipatif yang memberikan akses wajar dan adil bagi seluruh lapisan masyarakat dalam memperoleh input, proses produksi, distribusi, dan konsumsi tanpa ada hambatan masuk ke pasar, serta dalam pengelolaannya menjamin kelestarian sumberdaya alam pendukungnya.

Yang perlu dicermati dalam peningkatan kesejahteraan rakyat dalam konteks ekonomi kerakyatan yaitu tidak didasarkan pada paradigma lokomotif, melainkan pada paradigma fondasi. Artinya, peningkatan kesejahteraan tak lagi bertumpu pada dominasi pemerintah pusat, modal asing dan perusahaan konglomerasi, melainkan

<sup>323</sup> Adi Sulistiyono, *OpCit*, hal 45

<sup>324</sup> Kwik Kian Gie et al, 1996, *Etika Bisnis, Suatu Kajian Terhadap Perekonomian Di Indonesia*, Jakarta, Pusat Pengkajian Cina (PPC) Universitas Nasional dan Gramedia Pustaka Utama, hal 74.

<sup>325</sup> Kapitalisme menekankan pasar bebas tanpa intervensi pemerintah, manusia dibiarkan mengejar keuntungannya sendiri-sendiri tanpa dicampuri sedikitpun oleh pemerintah, masyarakat seluruhnya akan memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya. Motivasi utama manusia adalah mencari profit atau keuntungan.

pada kekuatan pemerintah daerah, persaingan yang berkeadilan, usaha pertanian rakyat sera peran koperasi sejati, yang diharapkan mampu berperan sebagai fondasi penguatan ekonomi rakyat. Strategi pembangunan yang memberdayakan ekonomi rakyat merupakan strategi melaksanakan demokrasi ekonomi yaitu produksi dikerjakan oleh semua untuk semua dan dibawah pimpinan dan pemilikan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakat lebih diutamakan ketimbang kemakmuran orang seorang. Dengan demikian etika bisnis yang ada dalam Sistem Ekonomi kerakyatan. harus benar-benar menjadi landasan konstitusi dalam upaya untuk memberdayakan para pelaku bisnis.<sup>326</sup>

b. Penerapan prinsip-prinsip etika umum pada praktik-praktik dalam bisnis;

Bisnis dituntut untuk mengatur dirinya sendiri. Menurut Gunardi Endro, upaya paling tepat untuk mengatasi persoalan tersebut adalah meredefinisi bisnis sehingga bisnis merupakan tindakan yang bisa dilakukan dengan baik dan persoalan etika diselesaikan justru dari dalam bisnis itu sendiri.<sup>327</sup> Pengaturan regulasi diri melalui: *Kode etik*, yang pengawasannya dilakukan oleh misal komisi khusus, *Regulasi pemerintah*, misal melalui UU anti trust dan anti monopoli.

Dari segi aturan hukum, Indonesia sebenarnya telah memiliki beberapa undang-undang seperti UU No 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan persaingan tidak sehat, yang intinya melarang terjadinya monopoli, persaingan yang tidak sehat. Secara umum, isi UU No. 5/1999 telah merangkum ketentuan-ketentuan yang umum ditemukan dalam undang-undang antimonopoli dan persaingan tidak sehat yang ada di negara-negara maju, antara lain adanya ketentuan tentang jenis-jenis perjanjian dan kegiatan yang dilarang undang-undang, penyalahgunaan posisi dominan pelaku usaha, kegiatan-kegiatan apa yang tidak dianggap melanggar undang-undang, serta perkecualian atas monopoli yang dilakukan negara. Perjanjian yang dilarang oleh UU No. 5/1999 adalah: oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah, pemboikotan, kartel, trust, oligopsoni, intregasi vertikal, dan perjanjian tertutup. Sedang kegiatan yang dilarang oleh UU No. 5/1999 adalah: monopoli, monopsoni, penguasaan pasar dan persengkokolan.

<sup>326</sup> Jurnal Ekonomi Rakyat, Manifesto Politik Ekonomi Pemberdayaan Ekonomi Rakyat Pembangunan Indonesia Yang BERKEADILAN Sosial, Artikel - Th. I - No. 5 - Juli 2002

<sup>327</sup> Warta Ekonomi

Oleh karenanya standar moral harus dituangkan dalam aturan aturan hukum diatas yang diberikan sanksi. Disinilah letaknya campur tangan negara dalam persaingan bebas dan kebebasan berkontrak untuk melindungi pihak yang lemah. Dalam hal ini menjadi penting pelaksanaan yang sungguh-sungguh dari Undang-undang Larangan Monopoli dan Pesaingan curang. Dengan undang-undang tersebut diharapkan terjadi persaingan yang sehat dan wajar.

Para pelaku bisnis publik dan corporate termasuk perusahaan transnasional juga perlu memperhatikan dan menerapkan standar etika global. Secara makro, pada tahun 1974 dikenal adanya Tata Ekonomi International Baru (TEIB) yang berdasarkan atas keadilan, persamaan hak dan kedaulatan, saling ketergantungan antarnegara di dunia, kepentingan bersama dan kerjasama antar semua negara terlepas dari sistem ekonomi dan sosial mereka. Tujuannya antara lain untuk memperbaiki ketidakseimbangan dan menghilangkan ketidakadilan yang masih berlaku antar negara, untuk mengurangi jurang kaya miskin antara negara maju dan negara berkembang, pembangunan dunia yang pesat dan stabil di dalam suasana damai dan adil. Di tahun 1976 diperluas dengan adanya RIO (*Reshaping International Order*) yang dikonsepsi oleh kelompok ROMA (*The Club of Rome*) yang ingin melakukan perombakan tatanan International baru melalui bidang ekonomi, politik maupun sosial. Kemudian kesepakatan antara agama-agama besar yang berujung Deklarasi Toward a global Ethic yang dikenal sebagai Golden Rule, yang menggambarkan semua hal-hal yang fundamental yang terdapat dalam semua agama.<sup>328</sup>

Kemudian bisa diterapkan prinsip-prinsip etika bisnis dari "*The Caux Round Table*" yang merupakan Kode Etik Internasional pertama dalam bidang bisnis pada tahun 1994. Prinsip-prinsip tersebut bersumber pada dua ide dasar etika yaitu *kyosei* dan *human dignity*. *Kyosei* yaitu kerjasama, sejahtera bersama, dan hidup bersama dengan kompetisi yang sehat dan fair. Sedangkan *human dignity* adalah harkat kemanusiaan menunjukkan fitrah/kesucian nilai bagi tiap orang dan sekaligus sebagai tujuan. Prinsip-prinsip umumnya yaitu:

- 1). Adanya Tanggung Jawab Bisnis: Dari "Shareholders" ke "Stakeholders";
- 2). Dampak Ekonomis dan Sosial dari Organisasi Bisnis;
- 3). Perilaku Bisnis: Dari Hukum yang Tersurat ke Semangat Saling Percaya;

<sup>328</sup> Dochak Latief, *OpCit*, hal 240.

- 4). Sikap menghormati Aturan;
- 5). Dukungan bagi Perdagangan Multilateral;
- 6). Sikap Hormat bagi Lingkungan Alam;
- 7). Menghindari operasi-operasi yang tidak etis.

c. Penerapan etika bisnis melalui tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kewajiban negara maju terhadap negara berkembang di bidang bisnis;

Etika bisnis dalam perusahaan terasa sangat penting saat ini karena untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value-creation*) yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh. Salah satunya adalah dengan adanya Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang merupakan salah satu pilar etika bisnis dan GCG yang mengimbangi peran mekanisme pasar bebas yang kompetitif dengan menerapkan didalamnya prinsip etika bisnis. Biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang andal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekwen.

Praktek penerapan etika bisnis yang paling sering kita jumpai pada umumnya diwujudkan dalam bentuk buku saku "*code of conducts*" atau kode etik dimasing-masing perusahaan. Code of conduct ini mendasari nilai-nilai yang akan diterapkan dalam perusahaan sebagai pedoman moral.

Salah satu substansi yang diatur dalam Code of conduct adalah tentang Penerapan etika bisnis dalam GCG (Good Corporate Governance). Di beberapa Negara maju, GCG saat ini sudah dianggap sebagai suatu asset perusahaan yang banyak mendatangkan beberapa manfaat, misalnya GCG dapat meningkatkan nilai tambah (*value added*) bagi pemegang saham dan mempermudah akses ke pasar modal domestik maupun global (internasional) serta memperoleh citra (*image*) yang positif dari publik. GCG menurut Bank Dunia (*World Bank*) adalah kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan. Berdasarkan Pasal 1 Surat Keputusan Menteri BUMN No.

117/M-MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002 tentang penerapan GCG pada BUMN, disebutkan bahwa Corporate governance adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut diatas, secara singkat GCG dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (value added) bagi stakeholders.

Penerapan Etika Bisnis dalam GCG adalah sebagai berikut:<sup>329</sup>

### 1. Code of Corporate and Business Conduct

Kode Etik dalam tingkah laku berbisnis di perusahaan (*Code of Corporate and Business Conduct*) merupakan implementasi salah satu prinsip Good Corporate Governance (GCG). Kode etik tersebut menuntut karyawan & pimpinan perusahaan untuk melakukan praktek-praktek etik bisnis yang terbaik di dalam semua hal yang dilaksanakan atas nama perusahaan. Apabila prinsip tersebut telah mengakar di dalam budaya perusahaan (*corporate culture*), maka seluruh karyawan & pimpinan perusahaan akan berusaha memahami dan berusaha mematuhi "mana yang boleh" dan "mana yang tidak boleh" dilakukan dalam aktivitas bisnis perusahaan. Pelanggaran atas Kode Etik merupakan hal yang serius, bahkan dapat termasuk kategori pelanggaran hukum.

### 2. Nilai Etika Perusahaan

Kepatuhan pada Kode Etik ini merupakan hal yang sangat penting untuk mempertahankan dan memajukan reputasi perusahaan sebagai karyawan & pimpinan perusahaan yang bertanggung jawab, dimana pada akhirnya akan memaksimalkan nilai pemegang saham (*shareholder value*). Beberapa nilai-nilai etika perusahaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, yaitu kejujuran, tanggung jawab, saling percaya, keterbukaan dan kerjasama. Kode Etik tersebut hendaknya dapat dimengerti oleh seluruh karyawan & pimpinan perusahaan dan akhirnya dapat dilaksanakan dalam bentuk tindakan (*action*). Beberapa contoh pelaksanaan kode etik yang harus dipatuhi

<sup>329</sup> Muh. Arief Effendi, *Peranan Etika Bisnis dan Moralitas Agama dalam Implementasi Good Corporate Governance*, Jurnal Keuangan & Perbankan (JKP), Vol. 2 No.1, Desember 2005, Hlm.49 - 58.



oleh seluruh karyawan & pimpinan perusahaan, antara lain masalah menjaga informasi rahasia, menjaga benturan kepentingan (*conflict of interest*) dengan perusahaan dan diterapkan sanksi dalam suatu perusahaan. Diharapkan para karyawan maupun pimpinan perusahaan mematuhi *Code of Corporate & Business Conduct* yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebagai penerapan GCG.

Kemudian penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) dalam perusahaan yang merupakan bentuk kepedulian terhadap stakeholders sekunder yakni pada masyarakat sekitar. Pemikiran yang mendasari CSR (corporate social responsibility) yang sering dianggap inti dari Etika Bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau shareholder) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholders) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas.

Beberapa hal yang termasuk dalam CSR ini antara lain adalah tatalaksana perusahaan (corporate governance), kesadaran perusahaan akan lingkungan, kondisi tempat kerja dan standar bagi karyawan, hubungan perusahaan-masyarakat, investasi sosial perusahaan (corporate philanthropy). Penerapan CSR juga bisa dikembangkan dengan konsep *value-discourse-action* Menurut Robin & Coulter<sup>330</sup>, *value*/nilai adalah sesuatu hal yang berarti dan diyakini oleh perusahaan. Dalam hal ini, jika perusahaan ingin menerapkan CSR, *top management*/pendiri perusahaan perlu memiliki *shared organizational value* yang diyakini sebagai bentuk filosofi perusahaan. Adapun bentuk filosofi tersebut adalah *virtue ethics*. *Virtue* merupakan sikap yang membuat orang menjadi lebih baik dan membantu seseorang melakukan pekerjaannya dengan baik. Berbagai nilai yang membentuk *virtue ethics* adalah rendah hati, keadilan, kedermawanan, kebaikan, tidak berlebihan, kesetiaan, fleksibel, dan dapat dipercaya.

*Discourse*/perkataan. *Discourse* merupakan bentuk negosiasi atau komunikasi mengenai budaya perusahaan secara psikologis. Dengan *discourse*, *value* dapat disosialisasikan dan perusahaan dapat melakukan pembelaan terhadap tuduhan dari sekelompok orang yang berbeda pandangan dengan perusahaan. Evaluasi *discourse* perusahaan dapat menggunakan analisis pembelaan. Analisis pembelaan bagi perusahaan yang berkomitmen dalam CSR adalah berbentuk *concessions*/konsesi yaitu

330. Robbins, S.P., & Coulter, M., 2005. *Management*...

perusahaan mengakui kesalahan yang dilakukan dan bertanggung atas kesalahan tersebut. Koneksi ini dapat berupa *introjection* yaitu cara ketidakberdayaan dari pembelaan rasa bersalah, maupun *sublimation* yaitu keinginan memperbaiki kesalahan yang dilakukan dan berorientasi kembali ke tantangan yang akan datang.

*Action/tindakan.* Adapun tindakan nyata perusahaan yang berkomitmen pada CSR adalah dikategorikan pada jenis perusahaan ideal yaitu perusahaan yang memaksimalkan secara nyata tanggung jawab ekonomi, sosial dan lingkungan. Dengan kata lain, perusahaan ideal ini adalah perusahaan yang menghasilkan kegiatan atau tindakan yang memenuhi kriteria sosial sehingga dapat memuaskan harapan konsumen.

Untuk mendukung penegakkan etika bisnis, Majelis Permusyawaratan Rakyat juga telah mengeluarkan Ketetapan MPR No. VI/MPR/2001 tentang Etika Kehidupan Berbangsa. Pokok-pokok etika dalam kehidupan berbangsa mengedepankan kejujuran, amanah, keteladanan, sportifitas, disiplin, etos kerja, kemandirian, sikap toleransi, rasa malu, tanggung jawab, menjaga kehormatan serta martabat diri sebagai warga bangsa. Etika kehidupan berbangsa dalam TAP MPR 2001 ini, meliputi Etika Sosial dan Budaya, Etika Politik dan Pemerintahan, Etika Ekonomi dan Bisnis, Etika Penegakan Hukum yang Berkeadilan, Etika Keilmuan dan Etika Lingkungan.

Hal ini dimaksudkan agar nilai – nilai tersebut menjadi prinsip dan pedoman, baik oleh perseorangan, institusi maupun pengambil keputusan dalam bidang ekonomi yang dapat melahirkan kondisi dan realitas ekonomi yang bercirikan persaingan yang jujur, berkeadilan, mendorong berkembangnya etos kerja ekonomi, daya tahan ekonomi dan kemampuan saing, dan terciptanya suasana kondusif untuk pemberdayaan ekonomi yang berpihak kepada rakyat kecil melalui kebijakan secara berkesinambungan. Dengan pedoman etika ini diharapkan mampu mencegah terjadinya praktik-praktik monopoli, oligopoli, kebijakan ekonomi yang mengarah kepada perbuatan korupsi, kolusi dan nepotisme, diskriminasi yang berdampak negatif terhadap efisiensi, persaingan sehat dan keadilan serta menghindarkan perilaku menghalalkan segala cara dalam memperoleh keuntungan.

### C. PENUTUP

Rendahnya Etika Bisnis dan KKN merupakan sumber permasalahan bagi bangsa Indonesia apalagi menghadapi MEA 2015. Kerusakan oleh KKN yang sudah menjelma menjadi kerusakan pikiran, perasaan, moral, mental dan akhlak membuahkan kebijakan-kebijakan yang sangat tidak masuk akal. KKN adalah sumber dari segala permasalahan yang mencuat dalam segala bidang. Tak bisa disangkal, korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN) merupakan masalah nasional yang memiliki konotasi etika kental. Karena itu, Indonesia saat ini dan ke depan memerlukan, bahkan sangat memerlukan lembaga etika bisnis. Kata kunci pemulihan ekonomi nasional adalah dengan pemberdayaan etika bisnis dalam setiap strata kehidupan masyarakat yaitu terutama dengan cara mengembangkan dan menerapkan etika bisnis kedalam tiga faktor yaitu dalam pengaturan sistem ekonomi (Sistem Ekonomi Kerakyatan), regulasi diri dengan penerapan kode etik dan regulasi dari pemerintah yang berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bisnis, kemudian melalui pendekatan formal yaitu dengan menerapkan CSR dan GCG dalam perusahaan).

Didalam kenyataannya etika yang ditegakkan atas dasar kesadaran individu-individu tidak dapat berjalan karena tarikan berbagai kepentingan, terutama untuk mencari keuntungan tujuan yang paling utama dalam bisnis. Oleh karenanya standar moral harus dituangkan dalam aturan hukum yang diberikan sanksi. Sistem ekonomi kerakyatan yang ada dalam pasal 33 UUD 1945 harus benar-benar menjadi landasan konstitusi dalam upaya untuk memberdayakan para pelaku bisnis.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Achmad, 2005, *Keterpurukan hukum di indonesia (penyebab dan solusinya)*, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Agus Riswandi Budi dan M. Syamsudin, 2004, *Hak Kekayaan Intelektual Dan Budaya Hukum*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Badroen, Faisal Suhendra dkk, 2006, *Etika Bisnis dalam Islam*, Diterbitkan atas kerja sama dengan UIN Jakarta Press, Jakarta Kencana Prenada Media Group.
- Bertens K, 1999, *Etika*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.

- Bertens K, 2003, *Keprihatinan Moral, Telaah atas Masalah Etika*, Yogyakarta, Kanisius.
- Chandra, Robby I., 1995, *Etika Dunia Bisnis*, Yogyakarta, Kanisius.
- Departemen Luar Negeri, 2009, Cetak Biru Komunitas Ekonomi ASEAN
- Effendi, Muh. Arief, *Peranan Etika Bisnis dan Moralitas Agama dalam Implementasi Good Corporate Governance*, **Jurnal Keuangan & Perbankan (JKP)**, Vol. 2 No.1, Desember 2005.
- I.S Susanto, "Hukum, Etika Politik dan Etika Bisnis", Kompas, 1 Juni 1995.
- Jurnal Ekonomi Rakyat, *Manifesto Politik Ekonomi Pemberdayaan Ekonomi Rakyat Pembangunan Indonesia Yang Berkeadilan Sosial*, Artikel - Th. I - No. 5 - Juli 2002
- Bertens K, 1999, *Etika*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kian Gie, Kwik, et all, 1996, *Etika Bisnis, Suatu Kajian Terhadap Perekonomian Di Indonesia*, Jakarta, Pusat Pengkajian Cina (PPC) Universitas Nasional dan Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, A. Sonny, 1993, *Etika Bisnis*, Yogyakarta, Kanisius.
- Iatief, Dochak 2006, *etika bisnis antara norma dan realitas*, UMS Surakarta, Muhammadiyah University Press..
- Nugroho, Alois A, 2001, *Dari Etika Bisnis Ke Etika Ekobisnis*, Jakarta, PT Grasindo.
- Rukmana. *Etika Bisnis dalam Prinsip Ekonomi Syariah*. Makalah Disajikan pada Seminar "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam" yang Diselenggarakan oleh Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Cabang Bandung, sabtu 6 Maret 2004.
- Sulistiyono, Adi 2007, *Pembangunan Hukum Ekonomi untuk mendukung pencapaian Visi Indonesia 2030*, Pidato Pengukuhan Guru Besar Hukum Ekonomi Fakultas Hukum UNS, Surakarta, UNS PRESS.
- Sujata, Antonius, 2000, *Reformasi dalam penegakan hukum*, Jakarta, Penerbit Djambatan
- Suseno, Franz Magnis, Oktober 1991, "Sekitar Etika Bisnis", makalah untuk kuliah Etika Bisnis, Jakarta, Institut Manajemen Prasetiya Mulia.
- S.P, Robbins & Coulter, M., 2005. *Management*. 8th. New Jersey: Prentice Hall