

TANGGUNG JAWAB MORAL DALAM BISNIS

William Chang

email: changwilliam61@yahoo.com

STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRACT

A fair business demands a moral responsibility of those who get involved in this field. The right conscience and good will influence much in the process of taking responsibility for the development of a good business. The basic values, such as goodness, truth, and honesty, are essential elements for modern people to run a business. Traditional perspective of moral responsibility shows us the importance of this value in a business world. How can we develop the value of moral responsibility?

Key words: *moral responsibility, value, business, goodness, right conscience.*

1. Kemelut bisnis

Berbisnis dalam dunia modern menuntut tanggung jawab yang tidak kecil. Tanggung jawab ini sekurang-kurangnya melibatkan pihak produsen, penjual, pembeli, dan pihak pemerintah. Cukup banyak pembeli kecewa dengan promosi-promosi atau iklan produk yang ditayangkan di media massa (tulisan atau elektronik) karena tidak sesuai dengan kenyataan. Kata-kata yang digunakan cenderung bersifat "bombastis", tetapi kata-kata itu tidak sesuai dengan isi produk. Ini menunjukkan adanya pembohongan publik antara pihak yang mempromosikan dan produk yang dipromosikan. Ketidak-benaran dalam sebuah iklan akan mengecewakan konsumen produk tersebut.

Malah, belakangan ini muncul kritik besar-besaran terhadap makanan atau minuman yang mengandung zat pengawet yang merusak kesehatan manusia, seperti melamin, formalin dalam tepung susu, makanan atau minuman. Disinyalir, buah-buahan dan daging hewan pun diformalin sebelum dipasarkan. Mutu makanan ini akan mengganggu kesehatan manusia. Makanan yang sudah kadaluarsa acap kali masih dipasarkan. Mutu barang yang ditawarkan tidak sesuai kenyataan. Kemasan barang tidak sesuai dengan isinya. Malah, daging berulat masih diperdagangkan dalam memeriahkan hari raya tertentu. Tampak, sejumlah pelaku bisnis masih belum memiliki kesadaran akan pentingnya jaminan kesehatan dalam memasarkan produk tertentu.

Keadaan tersebut bisa muncul sebagai akibat kelalaian badan pemeriksaan makanan atau minuman sebelum dipasarkan. Setiap jenis makanan yang dikalengkan atau dibungkus seharusnya diperiksa dulu oleh pihak pemerintah sebelum dipasarkan supaya tidak menimbulkan dampak samping yang merugikan atau menghancurkan kesehatan manusia. Ketidak-tegasan sikap pemerintah membuka peluang bagi usahawan untuk tidak serius memperhatikan mutu produk yang mereka pasarkan.

Akibatnya, anak-anak yang meneguk susu berformalin jatuh sakit. Makanan yang tidak segar atau malah sudah beracun mengantar manusia ke rumah sakit. Terkadang ada nyawa yang terenggut setelah menikmati makanan kadaluarsa atau mengandung zat yang merusak kesehatan manusia. Akibat lain yang memilukan adalah munculnya penyakit-penyakit yang mengganggu masa depan konsumen.

Keadaan ini menunjukkan bahwa dunia bisnis menuntut tanggung jawab setiap pelaku bisnis supaya konsumen tidak merasa dirugikan oleh mereka yang tidak bertanggung jawab dalam menjalankan dunia bisnis. Hak seorang konsumen seharusnya terpenuhi dan seorang pebisnis tidak mengalami kerugian dalam usahanya. Keseimbangan hak produsen dan konsumen perlu mendapat perhatian, sehingga tidak menimbulkan ketidak-adilan dalam dunia pasar.

2. Kebebasan

Salah satu unsur yang membedakan manusia dari hewan adalah kemampuan manusia untuk memilih dan memutuskan dengan sadar tanpa paksaan atau intimidasi dalam bentuk apapun. Kesadaran ini menyentuh keadaan sekarang dan lingkungan sekitar. Keadaan saat ini dipertimbangkan dengan matang sambil memikirkan dampak samping sebuah keputusan. Sementara itu, manusia menganggap bahwa makhluk hidup lain tidak memiliki kesadaran dalam pengambilan keputusan. Namun, tampaknya, makhluk hidup lain, seperti anjing, kucing, babi dan monyet memiliki kesadaran akan keadaan di sekitarnya. Bila pernah diperlakukan dengan kasar, biasanya makhluk hidup itu (anjing, kucing, babi dan monyet) akan ingat dan berusaha menghindari sebelum berjumpa dengan orang yang pernah bertindak keras terhadapnya (Pratley, 1995: 63).

Perlu disadari bahwa manusia tidak memiliki kebebasan mutlak atau kebebasan sesuka hati. Kebebasan manusia pada dasarnya bersifat relatif dan terkait dengan keadaan di sekitarnya. Setiap orang memiliki sasaran dan tujuan dalam hidupnya. Tidak ada seorangpun yang sungguh-sungguh bebas. Diri manusia dan lingkungan sekitarnya membatasi kebebasan manusia. Dengan langgam bahasa filsafat, manusia bebas dari keadaan (situasi) tertentu untuk berada di tempat tertentu dan melakukan pekerjaan tertentu. Berada dalam situasi tertentu dan melaksanakan pekerjaan tertentu menunjukkan bahwa manusia tidak bisa sebebaskan yang diinginkan.

Kebebasan manusia adalah kebebasan yang terbatas dan bertanggung jawab. Apa pun yang dikatakan dan dilakukan perlu dipertanggung-jawabkan di hadapan sesama, hukum dan Sang Pencipta. Pertanggung-jawaban atas perkataan dan perbuatan ini mengingatkan manusia supaya sebelum berencana, berpikir, berbicara dan melakukan sesuatu, manusia perlu menimbanginya secara matang supaya tidak menimbulkan dampak yang merugikan di hari depan. Dalam menimbang ini, pendapat atau masukan dari pihak lain yang lebih berpengalaman (orang tua, famili, guru, teman kerja, pemimpin perusahaan) akan menolong seseorang untuk mengambil keputusan yang benar dan tepat.

3. Tanggung jawab moral

Setiap manusia pada dasarnya dikaruniai akal budi (*reason*), hati nurani (*conscience*) dan kehendak (*will*). Ketiga unsur penting ini mempengaruhi hidup, usaha dan kerja manusia. Sebelum melakukan setiap perbuatan, biasanya manusia menimbang dulu pengaruh atau akibat perbuatan itu. Pertimbangan tentang akibat atau dampak perbuatan itulah yang menyadarkan manusia akan tanggung jawabnya atas perbuatan yang direncanakan atau dipikirkan.

Dalam artian sempit, **seseorang hanya bertanggung jawab atas apa saja yang direncanakan dan dilakukannya, dan bukan atas apa yang datang kemudian.** Yang dipertanggung-jawabkan adalah apa yang dirancang dan dilakukan seseorang dan bukan apa yang terkait dengan perbuatannya. Belum pasti apa yang terjadi kemudian adalah akibat perbuatannya. Dari pandangan ini tampak sekurang-kurangnya dua gambaran positif: (1) perilaku manusia mengandung pelbagai aspek yang dapat dikontrol manusia; (2) bahaya atau kerugian dalam tindakan bukan akibat perbuatan satu orang, namun melibatkan pihak-pihak lain atau berada dalam sebuah konteks perbuatan yang rumit (Pratley, 1995: 74)

Namun, tanggung jawab memiliki **makna lebih luas.** Seseorang tidak hanya bertanggung jawab atas apa yang direncanakan dan dilakukannya, namun dia juga bertanggung jawab atas peristiwa-peristiwa lanjutan dan akibat-akibat yang ditimbulkan oleh perbuatannya. Seseorang yang bertindak dengan kemauan dan kesadaran umumnya telah mengetahui dampak perbuatan yang akan dilakukannya. Orang-orang tertentu dengan latar belakang kebudayaan tertentu umumnya telah mengetahui dampak perbuatan yang bakal dilakukannya.

Tanggung jawab manusia selalu berdimensi sosial karena setiap perbuatan manusia berdimensi sosial. Tindakan manusia pada umumnya terkait dengan pihak lain atau pelbagai pihak dan akibatnya acapkali mengenai diri si pelaku atau pihak lain. Akibatnya, setiap perbuatan manusia perlu dipertimbangkan dalam hubungan dengan konsekuensi-konsekuensi tindakannya. Tinjauan konsekuensialisme perlu diperhitungkan. Setiap keputusan dan tindakan manusia memiliki (rentetan) konsekuensi yang harus dipertimbangkan dengan matang. Tidak ada satupun perbuatan tanpa konsekuensi. Justru diperlukan mental yang dewasa dalam menerapkan pandangan ini .

4 . Tanggung jawab dalam dunia bisnis

Dalam dunia bisnis, sebuah perusahaan sekurang-kurangnya terkait dengan tanggung jawab dalam tiga bidang kepedulian utama ini:

- 4.1 peduli konsumen (memenuhi tuntutan konsumen dan keamanan produk); apa yang diminta dan diharapkan oleh konsumen dipenuhi sedapat mungkin, sambil memperhatikan jaminan mutu barang yang dibeli. Informasi yang benar dan lengkap tentang barang yang dibeli sangat penting, supaya seorang calon pembeli dapat mengambil keputusan yang tepat.
- 4.2. peduli lingkungan (tidak menimbulkan kerusakan lingkungan); apapun yang diperjualbelikan seharusnya tidak merusak lingkungan hidup. Dewasa ini cukup banyak pihak produsen atau penjual barang menghindari penggunaan kantong plastik yang seringkali dibuang sembarang dan merusak lingkungan hidup;
- 4.3 peduli kondisi kerja yang minimal (memperhatikan kesejahteraan karyawan); kesejahteraan pekerja, termasuk kesehatannya seharusnya diperhatikan dengan saksama. Karyawan yang sehat akan mempengaruhi seluruh karya dalam sebuah toko atau perusahaan. Sementara itu, karyawan yang sakit akan mengurangi hasil produksi mereka. Biasanya, seorang karyawan/wati dapat diasuransikan.

Komitmen moral untuk mencegah atau menghindari akibat dalam dunia bisnis memang penting. Sebuah usaha etis partisipatori diperlukan. Dengan melibatkan diri dalam mencegah kerusakan pribadi dan lingkungan, sebuah perusahaan akan merebut sebuah posisi penting dalam persaingan pasar dewasa ini. Sebuah jalinan kerja sama dengan pihak-pihak pemegang kuasa dalam masyarakat diperlukan untuk mewujudkan penyelamatan lingkungan hidup. Kesadaran ini dapat menolong pelaku bisnis untuk menyusun langkah-langkah kebijakan demi keuntungan semua pihak yang terkait dalam dunia bisnis.

Tanggung jawab dalam bidang bisnis berusaha meningkatkan mutu kegiatan bisnis. Akibat-akibat katastrofik sebagai dampak tindakan immoral manusia perlu diperhitungkan dalam aktivitas bisnis. Dalam hal ini etika bisnis berani mendorong para pebisnis untuk menyatakan komitmen perusahaan dalam menanggapi tuntutan-tuntutan moral dalam kegiatan bisnis. Ini berarti perusahaan-perusahaan perlu memiliki kesadaran akan tanggung jawab dalam menjalankan bisnis mereka (Pratley, 1995: 79-80).

Terdapat dua paham tentang tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. (1) **Pandangan individualis** dan (2) **Pandangan kolektivis**. **Pandangan individualis** menekankan bahwa hanya individu yang bertanggung jawab dan bahwa perusahaan tidak pernah bisa bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan. Filsafat individualis berpandangan bahwa hanya pribadi sebagai individu bisa menjadi pelaku moral (moral agent); itulah sebabnya perusahaan secara moral tidak bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan. Semua keputusan moral perusahaan diambil oleh individu-individu dan bukan oleh perusahaan. Manajer-manajer individual juga bertanggung jawab apabila mereka dengan tahu dan mau terlibat dalam kebijakan-kebijakan yang berbahaya dan immoral.

Pandangan kolektivis: posisi ekstrim lain hanya memandang tokoh-tokoh kolektif perusahaan, menekankan moralitas tujuan, strategi, prosedur dan kontrol moralitas. Mereka menolak untuk melihat bagaimana seluruh organisasi didukung oleh manusia-manusia, individu-individu yang sanggup mengambil keputusan bagi mereka sendiri dan bagaimana mereka sanggup memenuhi tuntutan-tuntutan yang mereka perlukan. Perusahaan bukan hanya kumpulan sejumlah bagian. Organisasi-organisasi kolektif selalu berada karena manusia mau dan sanggup membantu untuk mencapai tujuan-tujuan secara kolektif. Bagaimanapun, tanggung jawab moral tetap dipikul oleh sebuah perusahaan walaupun kesalahan dilakukan oleh individu-individu dalam perusahaan.

Bagaimanakah posisi "*moral corporate excellence*" ("*keunggulan moral perusahaan*")? W.M. Hoffman menitikberatkan pentingnya dimensi keunggulan moral sebuah perusahaan terletak pada kodrat kebudayaan moral perusahaan. Tujuan-tujuan, struktur dan strategi etis adalah untuk membentuk sebuah kerangka konseptual dan operasional untuk pengambilan keputusan moral. Titik pandang moral mendapat perhatian utama dan dunia bisnis seharusnya tidak berada di luar kerangka pola pandang ini. Dalam hal ini, setiap individu tetap bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya. Tentu, tanggung jawab sebuah perusahaan pun tidak bisa disingkirkan begitu saja. Baik individu maupun perusahaan tetap bertanggung jawab dalam proses berbisnis (Pratley, 1995: 80-83).

5. Tanggung jawab (pendekatan Barat dan Timur)

Dalam persaingan mondial, dimensi tanggung jawab sangat penting dalam menjalankan dunia bisnis. Tanggung jawab produsen, penyalur produksi atau penjual produksi semakin diperlukan dewasa ini karena setiap konsumen atau pembeli barang produksi berhak menuntut mutu produksi sesuai dengan apa yang mereka bayar.

Hingga sekarang, orang-orang Korea (Selatan) misalnya, masih menekankan peran tanggung jawab kolektif (kebersamaan) dalam menghadapi masalah yang muncul. Tanggung jawab bersifat kolektif karena berdasarkan hubungan dalam keluarga, ayah, ibu dan seluruh keluarga. Rasa tanggung jawab bersama ini masih hidup di kalangan keluarga orang Korea yang menjalankan bisnis. Cara dan pandangan hidup ini berbeda dari pendekatan Barat yang menekankan tanggung jawab individual. Tak heran kalau dalam sebuah perusahaan diperlukan satu, dua atau beberapa orang yang memiliki otoritas atau kesanggupan untuk mengambil keputusan.

Namun, belakangan ini, dalam banyak perusahaan, tanggung jawab individual mulai mendapat perhatian. Tidak semua orang yang terlibat dalam cabang bisnis yang sama akan merasa bertanggung jawab atas apa yang sedang terjadi. Generasi muda orang Korea mulai mengubah paradigma berpikir mereka bahwa tanggung jawab individual atau personal, baik dalam keluarga maupun perusahaan, mendapat titik berat. Tampaknya peralihan dari tanggung jawab kolektif kepada tanggung jawab individual akan menyedot waktu hingga beberapa generasi (De Mente, 2004: 79-80).

Harus diakui, bahwa dalam pandangan tentang etiket bisnis, masyarakat Tiongkok juga lebih menekankan tanggung jawab dalam kebersamaan (kolektif) dan bukan hanya tanggung jawab individual. Tempo dulu hidup dalam kebersamaan merupakan sebuah ciri khas masyarakat Tiongkok, namun dalam masyarakat modern, kehidupan berkeluarga tidak memiliki keanggotaan yang banyak. Seluruh proses kelompok dalam masyarakat di Tiongkok tidak hanya tergantung pada satu atau dua pemimpin, melainkan justru terletak pada konsensus. Masalah-masalah yang muncul didiskusikan dulu sebelum mencapai kesepakatan bersama. Jika sebuah keputusan diambil, diharapkan seluruh anggota kelompok akan memegang dan mewujudkan konsensus itu. Kesepakatan bersama ditaati dan dipenuhi. Keinginan atau kehendak individual tunduk di bawah keputusan dan kesepakatan bersama.

Sekalipun masyarakat Tiongkok selalu siap memenuhi tanggung jawab dalam sistem kelompok, namun sebagai sebuah ketentuan banyak dari antara mereka merasa

tidak bertanggung jawab terhadap orang luar atau tamu-tamu. Tak heran, keramahan acapkali tidak dirasakan ketika mereka berhadapan dengan orang dari luar. Acapkali mereka bersikap acuh tak acuh satu terhadap yang lain. Bagaimanakah seharusnya memperlakukan orang-orang asing menjadi sebuah pertanyaan yang masih perlu dijawab oleh orang-orang Tiongkok (Seligman, 1999: 44-47).

6. Sebuah pelayanan yang bertanggung jawab

Dalam dunia persaingan bisnis ini, dimensi tanggung jawab sangat penting. Sebuah tempat usaha yang mendahulukan pertanggungjawaban biasanya akan lebih dicari daripada tempat usaha yang kurang bertanggung jawab. Tanggung jawab ini menyangkut mutu barang yang dibeli. Saya dapat mengeluh kepada sebuah toko yang menyampaikan sebuah informasi tentang mutu barang yang tidak sesuai dengan kenyataan.

Pelayanan yang optimal biasanya disertai tanggung jawab atas barang-barang dagangan yang diperjualbelikan. Hanya barang-barang yang masih berlaku boleh diperdagangkan. Sementara itu, barang-barang yang sudah lewat masa berlakunya perlu disingkirkan. Menjual barang makanan yang sudah lewat masa berlakunya hanya akan mendatangkan dampak negatif bagi kesehatan manusia. Tak heran, seorang pedagang yang bertanggung jawab akan teliti memeriksa masa berlaku barang dagangan, sehingga tidak sampai dipasarkan.

Pelayanan yang bertanggung jawab berarti memberikan pelayanan optimal sesuai dengan hak seorang pembeli. Seorang pembeli berhak menerima pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Mereka berhak mendapatkan informasi sedetail mungkin tentang barang yang akan dibeli. Kekuatan dan kelemahan barang yang akan dibeli itu perlu diketahui sebelum si pembeli memutuskan. Hak untuk mengetahui dengan jelas info tentang mutu barang dengan sendirinya menunjukkan kejujuran si penjual untuk menyampaikan info yang dipelrukan.

Terkadang pelayanan yang bertanggung jawab ini menyita waktu, tenaga dan perhatian pihak penjual dan karyawan dalam sebuah toko atau perusahaan. Justru itu, diperlukan kesabaran dan keuletan mental menghadapi kenyataan ini. Seorang penjual barang dan pelayan dalam sebuah toko terkadang mengalami ujian atas keuletan dan ketabahannya dalam menghadapi pembeli atau konsumen yang majemuk.

Dalam hal ini diperlukan latihan terus-menerus sehingga mental pengusaha, pemilik dan pelayan toko kian kuat. Yang diperlukan adalah keadaan batin yang siap melayani, walaupun terkadang tidak mengenakkan. Namun, pelayanan yang terbaik akan membuka harapan bahwa si pembeli akan kembali menggunakan jasa kita. Pelayanan terbaik adalah pintu gerbang baru yang akan dicari orang-orang lain dalam dunia bisnis. Hanya, mental pelayanan yang tabah akan memajukan bisnis di tengah era penuh persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

- De Mente, Boyé Lafayette. 2004. *Korean Business Etiquette: The Cultural Values and Attitudes That Make Up the Korean Business Personality*. Boston, Rutland, Vermont, Tokyo: Tuttle Publishing.
- Pratley, Peter. 1995. *The Essence of Business Ethics*. London: Prentice Hall.
- Seligman, Scott D. 1999. *Chinese Business Etiquette: A Guide to Protocol, Manners, and Culture in the People's Republic of China*. New York, Boston: Business Plus.