
Etika Bisnis Modern dalam Pandangan Filsafat Bisnis

Author:

Fithrah Farhani¹
Zulfi Imran²
Syarifuddin³

Affiliation:

Universitas Pembangunan
Panca Budi Medan^{1,2,3}

Corresponding email

Fitrahfarhani@gmail.com

Histori Naskah:

Submit: 2024-07-20
Accepted: 2024-07-31
Published: 2024-07-31



*This is an Creative Commons License
This work is licensed under a Creative
Commons Attribution-NonCommercial
4.0 International License*

Abstrak:

Etika bisnis merupakan suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma serta moralitas yang berlaku secara universal. Etika juga merupakan bagian dari filsafat yang di bahas nilai, norma dan moralitas secara rasional dan intensif. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan metode pendekatan studi pustaka. Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder yang di peroleh melalui analisis literature, buku serta jurnal atau pun sumber lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tentang etika bisnis dalam pandangan filsafat bisnis. Dalam menjalankan bisnis, penting untuk menjunjung tinggi prinsip moral dan keadilan dalam pengambilan keputusan. Perusahaan modern memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi positif bagi masyarakat serta lingkungan yang di kenal sebagai tanggung jawab sosial / corporate social responsibility (CSR). Selain itu, pandangan filsafat bisnis terhadap etika bisnis modern menganut prinsip saling menguntungkan, di mana semua pihak yang terlibat dalam bisnis mendapatkan manfaat yang positif. Etika bisnis modern bukan hanya tentang kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga tentang penerapan nilai - nilai moral dan tanggung jawab dalam setiap aspek bisnis. Dengan menerapkan etika bisnis modern, dapat mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Kata kunci: Bisnis Modern, Etika, Filsafat

Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi yang semakin canggih, dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat. Namun, di tengah persaingan yang ketat antara perusahaan-perusahaan besar, seringkali etika bisnis menjadi hal yang terabaikan. Permasalahan etika bisnis merupakan isu penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan agar dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Etika bisnis berkaitan dengan nilai-nilai moral dan tanggung jawab sosial suatu perusahaan terhadap masyarakat sekitar lingkungan hidupnya. Oleh Karena itu, pandangan filsafat bisnis dapat membantu kita memahami arti penting dari penerapan etika bisnis modern pada praktik bisnis suatu perusahaan. Beberapa teori etika yang akan dijelaskan juga bisa di jadikan dasar bagi pemahaman mengenai etika bisnis modern.

Salah satu paradigma filsafat manusia pada prinsipnya breaksi, baik negative maupun positif tergantung cara mereka bagaimana memahami dan memaknai realitas hidup ini, itulah yang dimaksud dengan World Views, pandangan dunia atau navigasi hidup seseorang. Sebagai navigasi, filsafat memberi ruang terbuka bagi kita untuk melihat berbagai problem dengan cara pandang yang berbeda. Di kuti dari Bahasa Andres Poulsen “Why Future Business Leaders Need Philosophy”, “... to view the world in different shades”

(melihat dunia dalam berbagai nuansa). Banyak para pembisnis yang gagal bukan berarti mereka tidak mempunyai mental interpreneur, bukan juga karena mereka tidak memahami prinsip-prinsip berbisnis tetapi karena mereka gagal melihat masalah dalam kacamata yang memiliki berbagai nuansa. Disinilah pentingnya Filsafat Bisnis dan mengapa para pemimpin bisnis masa depan butuh filsafat (S.Thahir, 2020). Menurut Hughes, untuk menegaskan relevansi filsafat bagi akademik disiplin bisnis, tertuang dalam artikel onlinenya “four reasons why philosophy is as relevant as ever, menyatakan bahwa Today is world philosophy day! Dalam kaitannya dengan bisnis menegaskan bahwa bukan hanya filsafat dan pertimbangan nilai moralnya masih tetap sama relevansinya dengan era sebelumnya melainkan filsafat juga membantu kamu memiliki “soft skill” berupa kemampuan berpikir kritis, sistematis, konsisten dan menyeluruh dalam memahami, menganalisis dan menyaring berbagai informasi serta persoalan dalam dunia bisnis serta dapat bertindak sesuai dengan integritas dan nilai-nilai moral (Weruin, 2019).

Selain itu, beberapa isu penting lainnya seperti hak-hak pekerja dan pelanggan serta dampak lingkungan akibat aktivitas usaha harus dipertimbangkan oleh setiap perusahaan dalam menjalankan praktik bisnis mereka. Melihat betapa pentingnya masalah etika dalam dunia bisnis modern saat ini maka penulis merasa tertarik untuk melakukan kajian tentang “Etika Bisnis Modern Dalam Pandangan Filsafat Bisnis”. Seperti yang disebutkan di atas, kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tentang bagaimana etika bisnis modern dalam pandangan filsafat bisnis, menggunakan filsafat bisnis yang menjadi objek formalnya, dan hasil penelusuran jurnal yang ada di internet belum ada penulis temukan penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian ini. Namun jika dilihat dalam pespektif kajian filsafat bisnis terdapat beberapa jurnal yang memiliki kesamaan dalam penggunaan objek kajian filsafat bisnis seperti contoh : Pandangan Filsafat Modern Terhadap Etika Bisnis karya Devita Gloria Batan Sumalong yang dimana kajian tersebut hanya membahas sebatas pengertian etika, manfaat etika serta definisi filsafat ilmu saja (*PANDANGAN FILSAFAT MODERN TENTANG ETIKA BISNIS Devita Gloria Batan Sumalong, n.d.*).

Dalam Jurnal ini, penulis akan membahas lebih lanjut mengenai etika bisnis modern dalam pandangan filsafat bisnis serta beberapa isu penting yang terkait dengan masalah ini. Semoga hasil kajian jurnal ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca untuk memahami betapa pentingnya penerapan etika bisnis modern dalam praktik bisnis suatu perusahaan.

Studi Literatur

Etika berasal dari Bahasa Yunani yaitu Ethos, yang memiliki arti watak, akhlak, sikap dan cara berfikir. Adapun bentuk jamaknya adalah Ta Etha yang memiliki arti adat. Kata ini identic dengan “moral” yang berarti cara hidup. Jadi kata etika dapat diartikan sebagai suatu sikap kesediaan jiwa seseorang untuk senantiasa taat dan patuh kepada seperangkat peraturan kesusilaan (Positum, 2016). Menurut Solomon (1984) yang dikutip dalam tulisan Abdul Jalil (2010), etimologi dari etika menunjukkan dasar karakter individu untuk melakukan hal-hal yang baik serta bermanfaat. Etika adalah salah satu bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma serta moralitas (Amalia, n.d.).

Scholl mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas yang diorganisasi dan diatur untuk menyediakan barang dan jasa kepada konsumen dengan tujuan mencari laba. Menurut Griffin, Bisnis merupakan kegiatan yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis sebagai lembaga yang menghasilkan barang dan jasa memiliki peran vital dalam kehidupan masyarakat, baik melalui sektor swasta maupun pemerintah. Selain itu bisnis juga menyediakan kebutuhan dan layanan yang esensial bagi kelancaran kehidupan. Cakupan bisnis terbentang luas, mulai dari sector pertanian dan produksi hingga konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi dan usaha jasa. Tak hanya itu, pemerintahan pun berperan dalam menyediakan layanan publik yang fundamental bagi masyarakat (Basri, 2005).

Etika menjadi elemen penting dalam dunia bisnis dan cakupannya luas, mulai dari menjaga keseimbangan kehidupan kerja hingga menilai dampak globalisasi. Di era modern ini, manajemen resiko etika menjadi kunci bagi organisasi untuk menghindari krisis dan meraih kesuksesan finansial. Etika bisnis bukan sekedar teori melainkan sebuah landasan fundamental dalam menjalankan bisnis. Prinsip dan nilai etika menjadi kompas yang mengarahkan perusahaan dalam bertindak dengan cara yang positif dan bertanggung jawab. Etika bisnis juga berperan penting dalam mengantisipasi resiko kegagalan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika perusahaan dapat membangun kepercayaan dan reputasi yang kokoh dan pada akhirnya akan meningkatkan peluang untuk mencapai kesuksesan jangka panjang (Butarbutar, B, 2019).

Metode Penelitian

Kajian ini berfokus pada etika bisnis yang kemudian di analisis berdasarkan objek formalnya yaitu filsafat bisnis. Kajian ini menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh melalui analisis literature, buku serta jurnal ataupun sumber lainnya. Secara keseluruhan penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai suatu permasalahan. Kajian Filsafat Bisnis disini adalah tentang sudut pandangan terhadap etika bisnis modern. Mengapa penelitian ini menarik? Karna belum banyak ditemukannya penelitian penelitian terdahulu yang menjelaskan secara detail tentang teori etika bisnis serta prinsip prinsip etika bisnis dan penerapannya (Adlini et al., 2022).

Hasil

Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Modern dalam Pandangan Filsafat Bisnis

Etika bisnis modern bukan sekedar norma, melainkan pondasi kokoh yang menuntun perusahaan menuju kesuksesan berkelanjutan. Prinsip nya bagaikan kompas moral yang memandu setiap langkah dalam dunia bisnis. Berikut adalah lima pilar utama etika bisnis modern dikaji dari sudut pandang filosofis.

1. Integritas : Pondasi Kepercayaan

Integritas merupakan jantung dari etika bisnis. Bertindak dengan jujur dan adil tanpa manipulasi informasi, membangun fondasi kepercayaan yang kokoh dengan semua pihak. Integritas bukan hanya tentang mematuhi aturan, tetapi juga tentang menjunjung tinggi nilai – nilai moral dan berpegang teguh pada prinsip – prinsip kebenaran. Dalam ranah filosofis integritas dihubungkan dengan konsep deontology, dimana tindakan dinilai berdasarkan moralitas intrinsiknya bukan konsekuensinya.

2. Tanggung Jawab Sosial : Keseimbangan Kepentingan

Bisnis modern tidak hanya berfokus pada keuntungan semata tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial. Memperhatikan dampak kegiatan bisnis terhadap masyarakat dan lingkungan merupakan perwujudan komitmen terhadap keberlanjutan dan keseimbangan. Filosofi etika utilitarianisme menjadi landasan pemikiran disini, dimana tindakan dinilai berdasarkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang dihasilkan bagi mayoritas.

3. Keadilan : Menciptakan Lapangan Bermain Yang Adil

Keadilan adalah pilar fundamental dalam membangun hubungan yang harmonis dengan semua pemangku kepentingan. Memperlakukan semua orang dengan hormat tanpa diskriminasi serta memastikan kesetaraan kesempatan, mencerminkan komitmen terhadap etika dan moralitas. Prinsip keadilan sejalan dengan pemikiran Rawls tentang “keadilan sebagai keadilan” dimana setiap individu berhak atas kesempatan yang sama dan distribusi manfaat yang adil.

4. Kepatuhan : Menjunjung Tinggi Hukum dan Aturan

Mematuhi hukum dan peraturan bukan hanya kewajiban tetapi juga cerminan kepatuhan terhadap norma dan nilai yang berlaku. Bertindak dengan integritas dan transparansi dalam mematuhi regulasi menunjukkan komitmen terhadap tata kelola yang baik dan menciptakan iklim bisnis yang kondusif. Perspektif deontology kembali relevan di sini, dimana kepatuhan terhadap aturan menjadi kewajiban moral yang tidak dapat ditawar.

5. Transparansi : Membangun Kepercayaan dan Keterbukaan

Transparansi adalah kunci untuk membangun kepercayaan dan hubungan yang sehat dengan semua pihak. Memberikan informasi yang jelas dan terbuka tentang kegiatan bisnis keuangan dan pengambilan keputusan menandakan komitmen terhadap akuntabilitas dan integritas. Filosofis pragmatisme mendukung prinsip ini, dimana nilai suatu tindakan diukur berdasarkan manfaat dan konsekuensinya dalam membangun kepercayaan serta hubungan yang positif (Maksudin, 2022).

Perkembangan Teori Etika Bisnis Modern

Teori etika bisnis modern bagaikan kompas moral yang terus beradaptasi dalam mengarungi lautan bisnis yang dinamis. Perkembangan teknologi dan globalisasi menghadirkan kompleksitas baru menuntut pemahaman etika yang lebih komprehensif. Abad ke-21 menandai era baru etika bisnis dimana aspek seperti etika lingkungan dan digital menjadi sorotan utama. Etika lingkungan yang bertanggung jawab terhadap alam dan menekankan pentingnya bisnis dalam menjaga kelestarian alam. Bisnis di dorong untuk bertanggung jawab atas dampak kegiatannya terhadap lingkungan, mulai dari penggunaan sumber daya alam hingga pencemaran. Konsep keberlanjutan dan tanggung jawab sosial menjadi landasan utama dalam etika ini. Etika Digital, menavigasi dunia maya yang bertanggung jawab. Di era digital, etika ini menjadi krusial dalam mengatur penggunaan teknologi. Bisnis harus memastikan penggunaan teknologi yang bertanggung jawab, aman dan etis. Hal ini mencakup privasi data, keamanan siber dan tanggung jawab atas konten digital.

Teori – Teori Etika

1. Teori Deontologi

Deontologi berasal dari kata Yunani “deon” yang berarti “kewajiban”. Deontologi merupakan teori etika yang menilai baik buruknya suatu tindakan berdasarkan kewajiban dan prinsip moral bukan konsekuensinya. Deontologi menekankan pada keuniversalan moral dan kewajiban bertindak berdasarkan prinsip yang sama. Kelemahan teori ini adalah kurang fleksibel dalam menghadapi perubahan situasi dan perkembangan zaman serta berpotensi memicu fanatisme buta terhadap aturan dan prinsip. Filsuf yang pemikirannya selalu dikaitkan dengan etika deontology adalah Immanuel Kant (1724-1804) dalam karyanya “Groundwork of the Metaphysics of Moral”. Kant menyatakan bahwa satu – satunya hal yang baik tanpa pengecualian adalah “Kehendak Baik”, yakni kehendak untuk melakukan apa yang menurut pertimbangan dan alasan kita merupakan kewajiban moral, menekankan motif dan karakter moral di balik tindakan. Contohnya adalah menolak suap meskipun dapat memberikan keuntungan finansial serta menempati jani meskipun ada konsekuensi negatif.

2. Teori Teleologi

Teori Teleologi berasal dari Bahasa Yunani “telos” yang berarti “tujuan”. Teleologi merupakan teori etika yang menilai baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan dan konsekuensinya. Tindakannya dinilai baik jika bertujuan mencapai sesuatu yang baik dan menghasilkan konsekuensi positif. Teleologi

membutuhkan teori nilai untuk menentukan apa yang baik dan buruk bagi manusia. Kelemahan teori ini adalah menghilangkan dasar kepastian moral serta rentan terhadap manipulasi dan justifikasi “menghalalkan segala cara”. Contohnya adalah berbohong untuk menyelamatkan nyawa orang lain, mencuri untuk memberi makan orang kelaparan serta melakukan pelanggaran hukum untuk mencapai tujuan yang dianggap mulia (Surajiyo, 2017)

3. Teori Hak Asasi

Teori Hak Asasi berfokus pada penghargaan terhadap hak – hak fundamental setiap individu sebagai landasan moral dalam etika bisnis. Hak tersebut termasuk hak untuk mendapatkan penghidupan layak, pendidikan, kesejahteraan, pelayanan kesehatan dan hukum. Ketika hak tersebut dilanggar, individu berhak menuntutnya melalui jalur formal atau non formal. Perusahaan harus menghormati hak – hak karyawan, pelanggan dan masyarakat sekitar. Contohnya, hak untuk bekerja dengan adil, hak atas informasi yang transparan dan hak atas lingkungan sehat, pelanggaran hak asasi dapat memicu tuntutan hukum dan merusak reputasi bisnis. Adapun contoh kasusnya seperti karyawan pabrik yang dipaksa bekerja lembur tanpa upah yang layak, konsumen yang ditipu dengan iklan produk yang menyesatkan serta pencemaran lingkungan akibat kegiatan industri (Irham Fahmi, 2014).

4. Teori Keutamaan

Teori keutamaan berfokus pada pengembangan karakter dan kualitas pribadi bukan pada tindakannya sebagai landasan moral dalam etika bisnis. Keutamaan didefinisikan sebagai disposisi watak yang memungkinkan seseorang bertingkah laku baik sesuai moral. Dengan begitu teori ini menekankan pada aspek kualitas pribadi/prilaku (subjek) bukan pada aspek perbuatan sebagaimana tiga teori sebelumnya. Orang baik adalah orang yang memiliki keutamaan dan hidup yang baik adalah hidup yang dihiasi oleh keutamaan. Contoh penerapannya dalam etika bisnis adalah seorang pemimpin yang selalu mengambil keputusan tepat dan adil dalam situasi sulit, seorang karyawan yang selalu menyelesaikan tugasnya dengan penuh dedikasi dan ketekunan serta sebuah perusahaan yang selalu mengedepankan transparansi dan akuntabilitas dalam operasinya. Penerapannya dapat membantu menciptakan budaya perusahaan yang etis, bertanggung jawab dan berkelanjutan (Yuliza, 2015)

5. Teori Relative

Etika Relatif mengemukakan bahwa moralitas tidak bersifat universal, melainkan bergantung pada individu dan konteksnya. Moralitas tidak absolut, melainkan relative terhadap individu dan budayanya. Pandangan dan pendapat tentang moralitas bersifat subjektif dan bisa berbeda-beda. Pada teori ini tidak ada standart moral universal yang berlaku untuk semua orang. Etika relative menawarkan kerangka kerja moral yang fleksibel dan adaptif terhadap keragaman budaya dan nilai. Namun, penting untuk mempertimbangkan potensi konsekuensi negatifnya, seperti egois dan konflik moral (Asari, 2018).

Pembahasan

Etika Bisnis Modern dalam Pandangan Filsafat Bisnis

Dalam pandangan filsafat bisnis etika bisnis modern ini mengutamakan prinsip-prinsip moral dan keadilan sebagai landasan utama dalam mengambil keputusan bisnis. Salah satu aspek penting dalam etika bisnis modern adalah tanggung jawab sosial / Corporate Social Responsibility (CSR). Selain itu, dalam etika bisnis modern ini integritas dan transparansi juga menjadi fokus utama perusahaan yang berpegang teguh pada nilai – nilai moral dan berkomitmen untuk beroperasi secara jujur akan membangun kepercayaan dari para pelanggan, mitra bisnis dan masyarakat luas. Dalam filsafat bisnis pendekatan Dalam filsafat bisnis

pendekatan ini sejalan dengan konsep “win-win”, dimana semua pihak yang terlibat saling mendapatkan manfaat tanpa ada pihak yang dirugikan. Etika bisnis modern juga memiliki perhatian terhadap isu – isu lingkungan dan berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan praktik ramah lingkungan secara proaktif, bisnis yang berawawasan panjang akan memainkan peran krusial dalam menjaga kelestarian ekosistem dan meminimalisir dampak negative terhadap lingkungan.

Filsafat bisnis modern mendefinisikan etika bisnis bukan hanya sebagai kepatuhan terhadap aturan dan hukum tetapi juga sebagai pemahaman dan penerapan nilai – nilai fundamental dalam setiap aspek bisnis, seperti memastikan produk yang aman dan ramah lingkungan. Filsafat bisnis modern memandang etika bisnis modern sebagai alat untuk mencapai keselarasan antara profitabilitas dan tanggung jawab. Penerapan etika bisnis memungkinkan perusahaan membangun reputasi yang baik, menjalin hubungan berkelanjutan dengan stakeholder dan berkontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan. Perusahaan dengan etika bisnis yang kuat memiliki peluang besar untuk menjadi kokoh, berdaya saing tinggi dan mampu menghasilkan nilai yang tinggi. Landasan yang kokoh menjadi kunci utama untuk mencapai semua itu (Ambarwati, n.d.).

Richard De George menegaskan bahwa produk yang inovatif dan solutif seperti smartphone canggih atau aplikasi transportasi online menjadi kunci awal kesuksesan. Selanjutnya, manajemen yang visioner dan adaptif seperti kepemimpinan yang responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi, mampu mengantarkan perusahaan ketingkat yang lebih tinggi. Di sisi lain, penerapan etika bisnis seperti transparansi dalam pelaporan keuangan dan kepedulian terhadap lingkungan, menumbuhkan kepercayaan stakeholder dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Dari sudut pandang ekonomi hukum dan etika terdapat tiga aspek fundamental yang mendasari bisnis. Pertama, aspek ekonomis menekankan interaksi antara produsen, pekerja, konsumen dan organisasi dalam mencari keuntungan. Kedua, aspek hukum mengatur kerangka kerja dan regulasi yang mengikat kegiatan bisnis. Ketiga, aspek etika menjadi kompas moral yang memandu bisnis agar bertanggung jawab dan berkelanjutan (Hasoloan, 2018).

Perbandingan Tokoh Filsafat yang Sukses dan Pengusaha Bisnis yang Sukses

Tokoh filsafat bisnis dan pengusaha sukses memiliki persamaan dan perbedaan dalam mencapai kesuksesannya. Persamaannya terletak pada pandangan dunia yang menjadi landasan pemikiran, tindakan dan pengambilan keputusan. Perbedaannya terletak pada sumber dan aplikasi pandangan dunia tersebut. Pandangan dunia seorang pengusaha sukses dapat bersumber dari berbagai hal, seperti pengalaman pribadi, mentor atau buku inspiratif yang diterapkannya secara intuitif. Contohnya, pengusaha A mungkin terinspirasi oleh “ Kegagalan adalah kunci kesuksesan” dan menerapkannya dalam strategi bisnis. Di sisi lain, tokoh filsafat bisnis merumuskan pandangannya secara sistematis. Contohnya Adam Smith merumuskan teori “Invisible Hand” yang menjelaskan mekanisme pasar bebas (S.Thahir, 2020)

Sebagai contoh penulis mengambil kisah Chairul Tanjung dan Adam Smith. Chairul Tanjung merupakan sosok yang sangat pantas menjadi inspirasi oleh masyarakat Indonesia. Chairul Tanjung lahir di Jakarta 16 Juni 1962. Ia merupakan anak dari AbdulGafar Tanjung dan Halimah. Beliau lahir dengan 6 bersaudara. Ayahnya bekerja sebagai seorang wartawan media cetak yang harus dipaksa tutup pada masa orde baru dikarenakan hal politik sementara ibunya hanyalah sebagai ibu rumah tangga. Meskipun ia bukan berasal dari keluarga yang berkecukupan untuk urusan pendidikan, namun ia mampu menyelesaikan pendidikannya hingga Universitas. Chairul Tanjung bersekolah di SD Van Lith Jakarta setelah itu lanjut ke SMP Van Lith Jakarta kemudian ia bersekolah di SMA Negeri 1 Jakarta. Setelah masa SMA nya selesai dengan penuh

tekad beliau melanjutkan pendidikannya di Universitas Indonesia dan mengambil jurusan kedokteran gigi.

Setelah masuk kuliah ia dipertemukan dengan masalah biaya praktik yang lumayan besar, sehingga muncul idenya untuk membuka usaha fotocopy di bawah tangga kampus dengan harga yang lebih murah dari area kampus sekitar. Karena harganya lebih murah, banyak teman temannya yang mulai menggunakan jasanya sehingga ia mendapatkan uang sebesar 15rb untuk pertama kalinya. Selain itu, ia juga berjualan baju dan buku untuk menambah biaya kuliahnya. Disitu beliau hanya bermodal koneksi dari teman semasa SMP nya dulu. Bagi Chairul Tanjung yang terpenting dalam usaha itu adalah koneksi. Tak berhenti disitu, setelah berhasil dalam usaha fotocopynya, ia mulai berbisnis alat – alat praktik untuk kedokteran dengan beberapa koneksi teman – temannya dan dia berhasil mendapat suplai barang serta memberi harga yang lebih murah dari tempat lain. Setelah sukses bersirusaha dalam kampus, Chairul Tanjung mencoba melebarkan sayap usahanya dengan membuka VC Abadi Medical & Dental Supply di ruangan 3 X 8 meter, namun usahanya tersebut tidak berjalan lancar, sehingga dengan berat hati Chairul Tanjung harus menutup usahanya tersebut (Rakhman, 2021).

Setelah Chairul Tanjung lulus dari Universitas Indonesia, beliau mendirikan PT Pariarti Shindutama bersama 3 temannya. Beliau nekat mengambil modal awal sebesar 150 juta dari bank exim. Mereka memproduksi sepatu anak – anak untuk di ekspor dan beliau yang baru saja merintis usaha tersebut langsung mendapat pesanan 160.000 pasang sepatu dari Italian. Namun dengan berat hati Chairul Tanjung harus keluar dari usaha yang dirintis bersama ketiga temannya. Karena ada perbedaan visi dan misi antar mereka bertiga dan memilih untuk membangun perusahaan sendiri.

Pada tahun 1987 Chairul Tanjung mampu mendirikan perusahaan sendiri yang bernama Para Goup, dengan menggunakan berbagai koneksi serta relasi. Perusahaan yang dibangunnya tersebut berkembang cukup pesat hingga saat ini. Dengan bisnis ini juga, beliau masuk ke dalam daftar orang terkaya di Indonesia dan kekayaan yang dimilikinya sekisar \$4.9 miliar dolar atau setara dengan 65.3 triliun rupiah dan membuat Chairul Tanjung masuk ke dalam 10 besar orang terkaya di Indonesia versi majalah Forbes pada tahun 2017 di posisi ke-6 dan urutan ke 286 daftar orang terkaya di dunia (Manurung, 2022).

Selain Chairul Tanjung penulis juga mengambil Tokoh Adam Smith dengan konsep tangan tak kasat mata sebagai tokoh filsafat bisnis yang sukses. Adam Smith dalam bukunya, *The Wealth Of Nations* (1776), memperkenalkan konsep “ Tangan Tak Kasat Mata (Invisible Hand)” untuk menggambarkan bagaimana individu yang bertindak atas kepentingan pribadi mereka, secara tidak sengaja berkontribusi pada kesejahteraan kolektif masyarakat. Menurutnya, individu dalam pasar bebas yang kompetitif di dorong oleh motif keuntungan pribadi untuk menghasilkan barang dan jasa yang paling diminati konsumen. Mekanisme harga berperan sebagai penyeimbang antara penawaran dan permintaan, memastikan alokasi sumber daya yang efisien dan harga yang wajar bagi konsumen. Konsep ini meskipun sederhana, memiliki implikasi mendalam bagi pemahaman kita tentang dinamika pasar dan peran individu dalam menciptakan kemakmuran (Financial Times, 2010).

Dalam pasar bebas yang kompetitif, Invisible hand Adam Smith bekerja dengan baik untuk mendorong individu yang mengejar kepentingan pribadi mereka. Secara tidak sadar, berkontribusi pada empat pilar utama yaitu efisiensi, kesejahteraan konsumen, inovasi serta pertumbuhan ekonomi. Namun penting untuk di pahami, bahwa Invisible Hand bukanlah mekanisme yang sempurna. Kegagalan pasar seperti monopoli, eksternalitas dan informasi asimetris dapat menyebabkan inefisiensi dan ketidakadilan. Dalam situasi ini, intervensi pemerintah mungkin diperlukan untuk memastikan kelancaran fungsi pasar dan melindungi kepentingan public (The Quarterly Journal of Austrian Economics, 2007).

Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa etika bisnis modern bukan hanya tentang kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga tentang penerapan nilai – nilai moral dan tanggung jawab dalam setiap aspek bisnis. Dengan menerapkan etika bisnis modern, perusahaan dapat mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Ucapan Terima Kasih (opsional)

Terima kasih penulis ucapkan kepada pihak – pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan kajian ini. Terkhusus penulis tujukan kepada dosen pembimbing Bapak Drs. H. Zulfi Imran, S.H., M.H yang telah sabar dan ikhlas dalam meluangkan waktu serta pikirannya untuk memberikan motivasi, bimbingan, saran serta arahan yang sangat berharga bagi penulis selama proses penulisan ini.

Tidak lupa pula penulis ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, Bapak Mhd. Syakirin dan Ibu Effi Fithriani yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan serta kasih sayang yang tulus, sehingga semangat penulis sangat terjaga dalam proses penulisan ini. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada Bapak/Ibu dosen program studi ilmu filsafat Universitas Pembangunan Pancabudi Medan yang telah memberikan ilmu – ilmu yang bermanfaat sehingga ilmu tersebut bisa terpakai dalam proses penulisan ini.

Penulis sudah berusaha sebaik mungkin dalam menyelesaikan penulisan ini dengan kemampuan yang ia punya. Namun penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia, termasuk kajian ini. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun untuk perbaikan kedepannya.

Referensi

- Adlini, M.N., Dinda, A.H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S.J. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. Edumaspul: Jurnal Pendidikan*. 6(1), 974-980.
- Amalia, F. (2015). *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. Jurnal Ekonomi Islam*. 6(1), 116-125.
- Ambarwati, D. (2013). *Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradawi (Upaya Membangun Kesadaran Bisnis Beretika)*. STAIN Jurai Siwo Metro. Hal 74-97.
- Asari, A. H. (2018). *Analisis Etika Bisnis Islami Dalam Marketing Communication Mix Pada Distro Kipasoak Pati*. Repositori IAIN Kudus. Hal 14
- Basri. (2005). *Bisnis Pengantar Edisi Pertama*, BPF. Yogyakarta. Hlm 1.
- Butarbutar, B. (2019). *Peranan Etika Bisnis Dalam Bisnis. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. 1(2). 187-195. <https://doi.org/10.31933/Jimt.V1i2.77>
- Devita, G.B. *Pandangan Filsafat Modern Tentang Etika Bisnis*
- Fahmi, I.(2014). *Etika Bisnis, (Teori, Kasus Dan Solusi)*. Alfabeta. Bandung. Hlm 17-18.
- Hasoloan, A. (2018). *Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. Jurnal Warta*. 2(1829-7463). Hal 1-13.
- Majaski, C. (2010). *The Invisible Hand*.
- Maksudin. (2022). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*. 2 (2). 135-153. <https://doi.org/10.35194/Eeki.V2i2.2513.G1813>.

- Manurung, Y. (2022). *Karakter Kerja Keras Chairul Tanjung Si Anak Singkong Sebagai Teladan Generasi Muda. Jurnal Pendidikan Sejarah*. 1(1), 109-115.
- Murwadji, T. (2016). “*Etika Bisnis Sebagai Dasar Pertanggung Jawaban Sosial dan Lingkungan*” *Perbankan. Jurnal Hukum Positum*. 1(2541-7193). Hal 1-22.
- Rakhman, F. A. (2021). *Perjuangan Sosok Chairul Tanjung Dalam Meraih Kesuksesan. Researchgate.Nate, 25 June*. Hal 1-14.
- Robert, B. Ekelund & Steven D. Ekelund. (2007). *The Invisible Hand In The History Of Economic Thought. Jurnal Triwulanan Ekonomi Austria*.
- S. Thahir, L. (2020). *Filsafat Bisnis (Kiat Sukses Membangun Bisnis Anda)*. Yogyakarta. Hlm 12-14
- Surajiyo. (2023). *Teori-Teori Dan Prinsip Etika Bisnis. Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen*. 6 (2655-2329). SENADA. Hal 573-592.
- Weruin, U.U. (2019). *Teori-Teori Etika Dan sumbangan Pemikiran Para Filsuf Bagi Etika Bisnis. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan bisnis*. 3(2). 313.
- Yuliza, R.S & N.A. (2015). *Teori-Teori Etika Perilaku Bisnis Dan Pandangan Islam Tentang Perilaku Etika Bisnis. Jurnal Ekonomi*. 1 (1).