

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Tinjauan Penelitian Sebelumnya**

Penelitian ini pernah dilakukan sebelumnya oleh Nurwulan (2002) dengan judul persepsi akuntan dan mahasiswa terhadap etika bisnis. Penelitian ini terdiri dari dua bagian, yaitu tentang persepsi akuntan dan mahasiswa terhadap etika bisnis dan tentang cakupan muatan etika dalam kurikulum pendidikan tinggi akuntansi.

Penelitian dimaksud untuk mengetahui perbedaan persepsi diantara akuntan dan mahasiswa terhadap etika bisnis. Dari hasil penelitian Nurwulan tersebut bahwa ada perbedaan persepsi antara akuntan public dan akuntan pendidik terhadap etika bisnis dari segi bisnis umum, auditing, dan segi pendidikan.. Selanjutnya diketahui adanya perbedaan persepsi akuntan dan mahasiswa akuntansi etika bisnis. Hipotesa selanjutnya tidak ada perbedaan antara mahasiswa akuntansi PTN dan mahasiswa akuntansi PTS terhadap etika bisnis dari segi umum, pendidikan, auditing.

Sedang untuk penelitian dalam skripsi ini, peneliti mencoba melakukan penelitian sejenis dengan menggunakan responden akuntan (akuntan publik, akuntan pendidik) dan mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah di daerah Gresik, yang sejauh mana untuk mengetahui Persepsi Akuntan dan mahasiswa akuntan terhadap etika bisnis baik dari segi bisnis umum, keagamaan, dan auditing.

## **2.2. Landasan Teori**

Setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda-beda. Persepsi yang berbeda-beda dalam melihat sesuatu masalah. Persepsi seseorang tersebut timbul dari dalam diri masing-masing. Menurut Robbin (2001;88), persepsi merupakan suatu proses bagaimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar makna kepada lingkungan mereka bagaimanapun seperti telah kami catat, apa yang dipersepsikan seseorang dapat berbeda dari kenyataan yang objektif tidak harus demikian tetapi sering ada ketidaksepakatan.

Dalam hal ini, persepsi dapat dianggap sebagai penafsiran individu terhadap obyek di sekelilingnya berdasarkan kesan-kesan yang diperoleh dari indera mereka. Hal ini dapat mengakibatkan bahwa dua orang individu memiliki persepsi yang berbeda terhadap suatu obyek yang sama.

Selanjutnya Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995;863) mendefinisikan persepsi sebagai berikut: "Tanggapan (Penerimaan) langsung diri sesuatu atau memberikan proses seseorang mengetahui berbagai hal melalui panca inderanya. Jadi, Persepsi dapat diartikan sebagai proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami setiap informasi lingkungannya melalui panca inderanya".

Dalam definisi diatas maka dapat diketahui bahwa persepsi adalah bagaimana orang melihat atau mengartikan suatu kejadian, objek atau orang. Orang melakukan tindakan berdasar atas persepsi mereka, tidak peduli apakah persepsi tersebut akurat ataupun tidak akurat dalam menggambarkan kenyataannya.

Menurut IAI (2001;20000.1) Aturan Etika kompartemen Akuntan Publik yaitu Aturan etika yang harus diterapkan oleh anggota IAI –KAP dan staf profesional (baik yang anggota IAI-KAP maupun yang bukan anggota IAI-KAP(yang bekerja pada suatu kantor Akuntan Publik)), yaitu :

1. Independensi, Integritas, Objektivitas
2. Standar umum dan Prinsip Akuntansi:(a). Standar umum: Kompetensi Profesional, Kecermatan dan keseksamaan professional, Perencanaan dan supervise, Data relevan yang memadai, (b).Kepatuhan terhadap standart, (c).Prinsip-prinsip KAP.
3. Tanggung jawab kepada Klien yaitu:(a).Informasi Klien yang Rahasia, (b).Fee Profesional
4. Tanggung jawab pada rekan seProfesi yaitu:(a).Tanggung jawab kepada rekan seprofesi,(b).Komunikasi antar akuntanpublik, (c).Perikatan Atestasim, (d).Perikatan Atestasi.
5. Tanggung jawab dan praktik lain yaitu: (a).Perbuatan dan perkataan yang Mendis-kreditkan, (b).Iklan, Promosi, dan Kegiatan Pemasaran Lainnya.
6. Komisi dan Fee Referral yaitu : (a).Komisi, (b).Fee Referral (Rujukan), (c).Bentuk Organisasi dan KAP

Sedangkan, Menurut Gibson dkk (1996;133) disebutkan bahwa “Persepsi merupakan individu panca indera untuk mengenal lingkungan pandangan sentuhan, pendengaran, pengecapan dan pembauan mengorganisasikan informasi dan lingkungan.

Persepsi dalam konteks ini adalah tanggapan atau penerimaan seseorang terhadap sesuatu peristiwa moral tertentu melalui proses penentuan yang kompleks dengan penyeimbangan pertimbangan sisi dalam dan sisi luar yang disifati oleh kombinasi unik dari pengalaman dan pembelajaran dari masing-masing individu, sehingga individu tersebut dapat memutuskan tentang apa yang harus dilakukannya dalam situasi tertentu.

Dan menurut Perak (1984;13), Persepsi didefinisikan sebagai proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan kepada rangsangan panca indra atau data, Dalam definisi persepsi ini tercakup beberapa segi atau proses, maka untuk mengetahui artinya dalam usaha untuk memahami persepsi selanjutnya tiap proses akan diteliti yakni proses penerima dan proses menyeleksi.

Oleh karena itu yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli tersebut. Pada dasarnya persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. Faktor personal berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, serta hal-hal lain. Sedangkan faktor situasional berasal semata-mata dari sifat fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system saraf individu.

### **2.2.1. Definisi Etika**

Menurut Simorangkir (2001;3), “definisi etika adalah suatu usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individual dan sosial sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan

prilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk dapat dijadikan sasaran dalam hidup.

Untuk memahami etika sesungguhnya kita perlu terlebih dahulu membedahkannya dengan moralitas. Moralitas adalah istilah yang dipakai untuk mencakup praktek dan kegiatan yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk, aturan-aturan yang mengendalikan kegiatan itu dan nilai-nilai yang tersimbol di dalamnya yang di pelihara atau di jadikan sasaran oleh kegiatan dan praktek tersebut.

Moralitas suatu masyarakat berkaitan di satu pihak dengan adat-istiadat dan kebiasaan yang telah diterima selaku perilaku yang baik atau buruk oleh masyarakat atau kelompok yang bersangkutan yang sangat penting disini ialah kenyataan bahwa orang bertindak menurut prinsip-prinsip mengerti prinsip-prinsip itu, dan berbuat demi prinsip tersebut.

Menurut Solomon (Dalam buku Simonangkir 2003;3) Moral dalam pengertiannya yang umum menaruh penekanan pada karakter dan sifat-sifat individual yang khusus, bukan pada aturan-aturan dan ketaatan. Misalnya : kebijakan-kebijakan, rasa kasih, kemurahan hati, kebesaran hati, dan sebagainya merupakan unsur moral yang penting, namun hal-hal itu tidak terdapat dalam hukum. Moral yang didasarkan atas karakter, cenderung berfokus pada apa yang istimewa dalam diri seseorang.

Usaha untuk memantapkan serta meyakinkan orang akan ketekunan-ketekunan/aturan-aturan, dan nilai-nilai yang patut dianut dan dikejar dengan demikian ia berbeda dengan antropologi, psikologi, dan sosiologi. Disiplin-

disiplin tersebut menguraikan bagaimana manusia berperilaku, tetapi biasanya tidak mengemukakan cara bagaimana manusia harus dan wajib. Berperilaku etika diarahkan kepada perilaku manusia yang dilakukan secara sadar dan atas kemauan sendiri.

a. Etika Deskriptif

Etika deskriptif hubungannya erat dengan antropologi, sosiologi dan psikologi dan berstandar pada ketiganya. Etika deskriptif mempelajari dan menguraikan moral suatu masyarakat, kebudayaan dan bangsa.

Ia juga membandingkan dan menghadapkan sistem moral, kode-kode, praktek, kepercayaan, dan nilai-nilai yang berbeda-beda.

Pendekatan etika deskriptif dipastikan oleh fakta moral yang menggambarkan bagaimana bentuknya dibandingkan dengan bentuknya dalam masyarakat yang berlainan, diselidiki sejarahnya, jangkauannya, dan seterusnya.

b. Etika Normatif

Etika normatif secara sistematis berusaha menyajikan serta membenarkan suatu sistem moral. Etika normatif berusaha mengembangkan serta membenarkan prinsip dasar moral atau nilai-nilai dasar suatu sistem moral.

Sistem itu sendiri terdiri dari prinsip atau nilai dasar moral dan aturan-aturan moral yang khusus menguasai perilaku manusia dalam arti menghapuskan tindakan-tindakan yang buruk atau tidak bermoral, tetapi menganjurkan perilaku yang bermoral.

### c. Meta Etika

Meta etika adalah studi tentang etika normatif. Ia kadang disebut etika analitis, karena ia menganalisis. Meta etika mengkaji makna istilah-istilah moral dan logika dari penalaran moral. Ia menanyakan misalnya apakah yang dimaksud dengan istilah “baik” dan “buruk” dalam arti moral dan apakah yang dimaksud dengan tanggung jawab, kewajiban moral, dan pengertian-pengertian sejenis itu. Makna suatu istilah tentang moral erat hubungannya dengan pemakaian sehari-hari.

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (1995;237), Etika adalah (1) ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak), (2) kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, (3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Pembahasan mengenai etika, dalam banyak hal tidak dapat dilepaskan dari pembahasan mengenai moral.

Menurut Sumarni (1995;21), Etika (etimologik) berasal dari kata Yunani “ethos” yang mempunyai arti : adapt, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir atau berarti adapt istiadat. Dan dapat dikatakan pula bahwa, Etika adalah filsafat tentang nilai-nilai, kesusilaan tentang baik dan buruk. Jadi disamping nilai-nilai, etika juga merupakan pengetahuan tentang batin seseorang yang sesuai dengan norma-norma etik.

Etika bisnis terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran kejujuran berusaha (bisnis) sehingga terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku bisnis yaitu:

Lingkungan bisnis, organisasi, Individu. Kebenaran disini yang dimaksud adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh masyarakat, perusahaan dan individu.

Menurut Alma (1999;159), “Etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (standard of conduct) yang memimpin individu dalam membuat keputusan”. Jadi jika etika adalah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah, Dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang keputusan etika ialah suatu hal yang benar mengenai perilaku standar. Disini etika bisnis kadang-kadang disebut pula etika manajemen ialah penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis.

Schoell (dalam buku Alma 1999;159), mengatakan sebenarnya “*Some philosophers say that behavior is ethical if it follows the will of God*”. Yakni perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya”. Dalam islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literature, dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan Sunah Rasul.

### **2.2.2. Pengertian Bisnis dan Etika Bisnis**

Menurut Simorangkir (2001;33), “Bisnis adalah kegiatan masyarakat. Mandat dan batas-batasnya ditentukan oleh masyarakat batas-batas ini acapkali bersifat moral namun sering juga tercantum selaku undang-undang”. Sejarah bisnis di Negara kita mempunyai hubungan yang kait-mengait antara bisnis dan moral, antara bisnis dan hukum.

Menurut Kapoor (dalam buku Alma 1999;20-21), “Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual



barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut Panuju (1995;77), “Etika sebagai usaha yang sistimatis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman modal individu dan social sehingga dapat menetapkan aturan-aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk dapat dijadikan sasaran dalam hidup.

Menurut Freeman (dalam buku Djatmiko1987;29), “Suatu sistem atau kesetiaan, koleksi prinsip-prinsip dan aturan-aturan atas perilaku yang didasarkan pada keyakinan tentang apa yang dianggap benar dan apa yang dianggap salah. Perilaku bisnis yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan tersebut disebut dengan perilaku bisnis yang etis. Dengan demikian maka etika bisnis adalah suatu system tentang prinsip-prinsip dan aturan-aturan mengenai perilaku yang didasarkan pada keyakinan atas apa yang dianggap benar dan apa yang dianggap salah dalam dunia bisnis.

Etika bisnis boleh dikatakan merupakan suatu bidang etika khusus (terapan) yang baru berkembang pada awal tahun 1980-an. Dan sampai sekarang kebanyakan telah mengenai etika bisnis berawal dari Amerika. Hal ini sebenarnya tidak terlalu mengherankan, karena kebanyakan telaah, ulasan dan buku mengenai bisnis dan manajemen berasal dari Amerika. Telaah, ulasan dan buku-buku itu umumnya membahas secara kritis dan mendalam perilaku bisnis dan manajemen dewasa ini. Karena itu tidak mengherankan bahwa pada akhirnya para pelaku bisnis, analisis bisnis, ahli ekonomi manajemen, serta para filsuf sadar bahwa perlu ada telaah dan ulasan mengenai bisnis dan manajemen dari segi etika. Oleh

sebab itu, etika bisnis dapat dilihat sebagai suatu usaha untuk merumuskan dan menerapkan prinsip-prinsip dasar etika dibidang hubungan ekonomi antar manusia.

Etika bisnis membantu para pelaku bisnis untuk mendekati masalah-masalah moral dalam bisnis dengan sentuhan moral. Etika bisnis membantu para manajer dan pelaku bisnis lainnya untuk menangkap hal yang tak bisa ditangkap dengan mata ekonomi-manajemen murni, dan memecahkan banyak hal dengan menggunakan pendekatan ekonomi-manajemen. Etika bisnis menggugah kesadaran kita semua mengenai kegiatan bisnis yang baik.

Menurut Kartasasmita (1997;38), Ada enam buah pemikirannya tentang etika bisnis yaitu pengendalian diri, kepekaan sosial, persaingan sehat, perusahaan besar membantu yang kecil, berwawasan kedepan dan memelihara identitas”.

### **2.2.3. Hakikat Etika Bisnis**

Etika bisnis hakikatnya adalah etika dari pelaku bisnis dengan menglobalnya dunia ditahun-tahun yang akan datang, maka akan bercampurilah bermacam-macam pelaku bisnis dari bermacam-macam ethnic group yang masing-masing mempunyai prilaku berbeda-beda. Menurut Simorangkir (2003;21), hakikat etika bisnis antara lain :

1. Otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
2. Kejujuran, kejujuran merupakan suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang.

3. Tidak berbuat jahat, atas dasar prinsip bisa dibangun semua prinsip moral lainnya, misalnya kejujuran, tanggung jawab, keadilan dan sebagainya.
4. Keadilan, prinsip ini menuntut agar kita memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya.
5. Hormat kepada diri sendiri, prinsip ini sama sekali bukan bersifat egoistis, melainkan mau menunjukkan bahwa tidak etis jika membiarkan diri kita diperlakukan secara tidak adil.

Moral merupakan nilai yang mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu atau tidak. Sedangkan etika merupakan rambu-rambu atau patokan yang ditentukan sendiri oleh pelaku atau kelompoknya. Karena moral bersumber pada budaya masyarakat, maka moral dunia usaha tidak berbeda dengan moral bangsanya. Moral pembangunan haruslah juga menjadi moral bisnis pengusaha Indonesia. Terdapat Ada enam butir sikap yang harus dimiliki untuk mencapai bisnis yang beretika diantaranya yaitu :

Pengendalian diri, pengendalian diri sebagai sebagai inti dari etika bisnis yang harus dikembangkan ditengah air sesuai dengan falsafah pancasila. Keuntungan adalah motivasi bisnis, Sedangkan etika mengatur bagaimana keuntungan itu diperoleh. Kepekaan sosial, kepekaan terhadap keadaan dan lingkungan masyarakat. Etika bisnis harus mengandung pula sikap solidaritas sosial. Persaingan sehat, persaingan sehat mengembangkan suasana persaingan yang sehat. Persaingan menghasilkan dunia usaha yang dinamis dan terus berusaha menghasilkan yang terbaik.

Perusahaan besar membantu yang kecil, praktik bisnis yang etis tidak menghendaki yang besar tumbuh dengan mematikan yang kecil. Usaha besar dalam proses pertumbuhan haruslah pula membawa tumbuh usaha-usaha yang kecil. Berwawasan kedepan, bisnis tidak boleh hanya memperhatikan masa kini atau kenikmatan sesaat ini. Dunia usaha harus pula memperhatikan masa depan bangsa dan mewariskan keadaan yang lebih baik bagi generasi yang akan datang.

Memelihara identitas, dalam era globalisasi memelihara jati diri, jiwa kebangsaan dan jiwa patriotik yang sangat diperlukan. Pemilik usaha semakin mengglobal, namun kita tidak boleh hanyut dan tidak memandang penting lagi hakekat kebangsaan. Bagaimana pun pelaku bisnis warga negara Indonesia, tidak boleh kehilangan rasa kebangsaan dan jati dirinya sebagai orang Indonesia.

#### **2.2.4. Sifat Universal Bisnis**

Apakah suatu praktek bisnis bisa dikatakan berdimensi atau tidak, bisa dikaji dengan memahami esensi dari etika bisnis dari pandangan *relativism*, dan *legalism*. Sebab dalam penerpaan pandangan ini akan mempunyai dampak berupa adanya pihak-pihak yang dikorbankan. Sebagai contoh pembangunan lapangan golf, rumah mewah dan jalan layang jelas menguncingkan namun dalam keuntungan yang diperoleh pebisnis mempunyai dampak berupa hilangnya kesempatan petani mengelolah tanah produktif, pemilikan, tempat tinggal dan rusaknya keseimbangan ekosistem. Berbisnis secara etis bukan merupakan pengikut relatif. Sehingga bila mayoritas berpandangan setuju atau sebagian besar orang melakukan maka hal tersebut juga setuju (sesuatu yang bersifat umum untuk dilakukan). Demikian juga berbisnis secara etis bukan pengikut *legalism*,

berbisnis secara etis akan lebih dari sekedar *legalism* (taat pada aturan hukum yang ada). Namun ketentuan legal lebih merupakan persyaratan minimum dari suatu tindakan etis dan suatu yang etika tidak dipengaruhi oleh legal. Seperti ketentuan upah minimum dari menaker di daerah “X” misalnya sebesar Rp. 3750/hari (ketentuan legal). Maka pembisnis atau perusahaan yang berdimensi etis akan memberikan upah dari jumlah tersebut, artinya memberikan upah lebih berorientasi pada terpenuhinya kebutuhan karyawannya secara luas dengan memperhatikan kemampuan perusahaan secara jujur.

Etika merupakan sesuatu yang berlaku universal sifatnya, artinya esensi etika berlaku dimana saja, kapan saja dan siapa saja tanpa memandang jabatan, pendidikan, ras dan agama. Demikian juga esensi dari etika bisnis mempunyai dasar sama. Pertimbangan normatif yang menjadi kajian dari etika, apakah sesuatu tindakan/situasi benar atau salah, baik atau buruk mempunyai karakteristik: memperhatikan secara sungguh-sungguh seberapa besar kerugian dan keuntungan bagi manusia, moral standar tersebut tidak dapat dikukuhkan atau diubah dengan keputusan dan lembaga atau badan apapun; menentang upaya memperoleh keuntungan sendiri; didasari pada pertimbangan yang tidak curang.

Bisnis berdimensi etis akan selalu memprioritaskan sumber daya manusia dari pada modal, menghargai martabat manusia. Yang berperan mendorong perkembangan bisnis berdimensi etis adalah pimpinan bisnis. Demikian juga kebijakan perusahaan, kode etik di perusahaan, pendidikan etika bisnis, bahkan pertimbangan non ekonomi. Berkembangnya bisnis berdimensi etis akan memberi harapan seperti meningkatnya kesejahteraan masyarakat sebab akan tersedianya

lebih banyak pilihan produk dan jasa dengan harga yang murah, kualitas dan pelayanan yang baik, jaminan keselamatan konsumen dan kelangsungan hidup bisnis akan lebih terjamin. Perkembangan tersebut menuntut tersedianya profesionalitas dalam berbisnis yang mempunyai kompetensi mampu untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan etika bisnis secara baik.

#### **2.2.5. Perkembangan Paradigma Etika Bisnis**

Pada dasarnya setiap kegiatan ekonomi selalu mengandung aspek etika bisnis. Pada awalnya orang mengaitkan isu etika bisnis terbatas kepada dua aspek yaitu : berkaitan dengan kegiatan ekonomi itu sendiri dan tingkah laku orang yang melaksanakan kegiatan ekonomi tersebut. Selanjutnya perhatian mulai ditunjukkan kepada korporasi atau organisasi dan orang yang bekerja di dalam organisasi tersebut.

Pendekatan pertama dalam bidang etika bisnis muncul dari usaha untuk mengadakan analisa secara sistematis terhadap manajemen sebagai suatu profesi. Orang mulai mempertanyakan kemungkinan untuk merumuskan suatu kode etik untuk manajer sebagai suatu kelompok dengan suatu rumusan profesi profesional yang jelas, seperti yang dijumpai pada profesi lainnya. Pada tahap ini pengamatan lebih ditekankan kepada etika manajerial dan bukan kepada tindakan (moral atau immoral) dari individu tertentu yang terkait. Etika bisnis yang dikaitkan kepada masalah moralitas individu secara bertahap beralih sebagai suatu usaha menerapkan prinsip etika ke dalam manajemen.

Interpretasi terhadap etika di atas tidak berarti mengabaikan sejumlah aspek kehidupan korporasi yang menyangkut pertimbangan moral dalam pengambilan keputusan, hubungan dengan orang lain, pemenuhan komitmen, kerugian yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan, motivasi individual, kecurangan, dan lain sebagainya. Tetapi semua ini sering dianggap sebagai tindakan yang dilakukan oleh individu dan oleh karena itu berkaitan dengan masalah moral individu. Lebih dari itu, konsep moral juga terbatas kepada suatu nilai atau norma yang merupakan kewajiban moral perusahaan.

Mulai dari awal tahun 1970 berbagai fenomena dalam penelitian etika bisnis telah terjadi dan ini berlangsung sampai sekarang. Pertama, orang mulai secara khusus meneliti korporasi atau organisasi lainnya dari sudut pandang etikal. Usaha ini cukup mengundang perdebatan mengenai apakah ide moralitas dapat juga diterapkan kepada suatu korporasi. Fenomena kedua menyangkut semakin meluas dan mendalamnya penelitian dalam bidang etika bisnis.

Masalah etika bisnis semakin banyak dikaitkan dengan korporasi dibandingkan dengan individu, meskipun hal ini tidak berarti bahwa penekanan kepada isu dan pandangan individu tidak penting. Titik berat bisnis telah beralih dari tanggung jawab individu kepada tanggung jawab korporasi.

Alasan perubahan ini juga menunjukkan adanya tuntutan etikal yang semakin meningkat dari masyarakat kepada akibat yang ditimbulkan oleh tindakan korporasi dan organisasi bisnis lainnya. Pengembangan etika bisnis telah meningkat kepada analisis terhadap kultur korporasi (sebagai suatu keyakinan, nilai, ritual, dan tradisi, yang dianut oleh anggota dari suatu korporasi atau

organisasi yang merupakan suatu kerangka acuan untuk tindakan mereka di dalam perusahaan).

Etika bisnis saat ini berada pada tingkat yang sangat dinamis. Menurut Simorangkir (2003;29), mengelompokkan lima aspek yang menyingkapkan landasan moral bisnis yakni, Bisnis dan latar belakang moral, Bisnis demi bisnis, Hubungan bisnis dan hukum, Nilai-nilai bisnis.

Pada tingkat kedua perkembangan etika bisnis berkenaan dengan tanggung jawab korporasi, yang dapat diringkas sebagai pengakuan bahwa organisasi memiliki tanggung jawab tertentu kepada masyarakat, yang dalam hal tertentu bisa lebih penting daripada kegiatan ekonomi mereka. Pengakuan ini menuntut adanya perubahan sikap paling atas tiga hal.

Perubahan sikap yang pertama menyangkut perpindahan tanggung jawab moral dari eksekutif atau manajerial korporasi. Perubahan sikap yang kedua berkaitan dengan perubahan perhatian dari moral secara umum kepada isu-isu khusus dan hubungan dengan pihak-pihak yang dipengaruhi oleh korporasi. Perubahan sikap yang ketiga adalah adanya perubahan dari pembahasan etika dalam bentuk normal murni (baik, adil, hak) kepada pembahasan dalam bentuk ilmu sosial (kekuasaan, legitimasi, obyektivitas).

Perkembangan etika bisnis tahap ketiga berkenaan dengan pandangan terhadap tanggung jawab sosial yang langsung dan proaktif. Tanggung jawab sosial bukan hanya jawaban atas permintaan dan tuntutan sosial saja, tetapi lebih dari itu adalah antisipasi dan kesadaran akan munculnya perubahan sosial yang mendorong timbulnya permintaan atau tuntutan baru dari masyarakat terhadap



kegiatan korporasi. Dengan kata lain, tingkat perkembangan ini lebih menyangkut perubahan perspektif atau titik berat.

Evolusi diatas mengantarkan tingkat perkembangan pemikiran etika bisnis sekarang menjadi lebih memusatkan kepada organisasi sebagai suatu proses organisasional dan menekankan kepada proses pengambilan keputusan. Pendekatan ini sama sekali tidak berarti berkurangnya perhatian kepada pentingnya moral individu menurut tanggung jawab mereka dalam korporasi, maupun perhatian kepada akibat kebijakan organisasional dan hasil tindakan korporasi. Begitu pula, perhatian masih tetap diberikan kepada deteksi, evaluasi, dan respons terhadap semua harapan (baik internal maupun eksternal) yang menyangkut korporasi atau organisasi. Hal yang baru dalam pendekatan ini adalah penekanan kepada hubungan berbagai elemen kompleks yang terlibat dalam proses penetapan tujuan suatu organisasi.

#### **2.2.6. Orientasi Etika Bisnis**

Perkembangan bisnis yang begitu pesat seringkali memaksa mereka (pelaku bisnis) demi mengejar atau mempertahankan keuntungan bersinggungan dengan masalah etika, meskipun tanpa harus melanggar hukum atau peraturan yang ada. Menurut Suseno (1994;25) berpandangan “prinsip ekonomi” yaitu keinginan untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan pengorbanan sekecil-kecilnya (efisien) menjadi salah satu pendorong pebisnis melakukan praktek bisnis curang.

Dalam praktek tidak ada bisnis seorang pebisnis yang ingin rugi sebab laba (profit) menjadi dasar kelangsungan hidup bisnisnya. Apalagi kondisi bisnis pada

umumnya berkaitan pengambilan keputusan yang penuh ketidakpastian sehingga kemungkinan menanggung resiko kegagalan bisnis yang tidak kecil. Berbagai cara ditempuh agar bisa meraih keuntungan sebanyak-banyaknya dan lebih banyak lagi. Diversifikasi bisnis, integrasi bisnis baik vertikal maupun horisontal, bahkan berusaha memperoleh hak monopoli dan hak istimewa dari pemerintah. Masih belumpuas, keuntungan keuntungan lebih besar lagi diperoleh dengan cara menekan biaya produksi serendah mungkin seperti mengabaikan hak-hak pekerja, jaminan sosial, ketentuan upah minimum, keselamatan kerja dan lingkungan kerja yang baik dan sehat.

Seperti sering kali diungkap oleh pakar ekonomi bahwa kebijakan ekonomi di Indonesia seringkali tidak konsisten, budaya nepotisme, kolusi, dan korupsi secara luas menjadi salah satu pendorong berkembangnya praktek bisnis dengan menghalalkan segala cara dan kesempatan untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Tidak mengherankan bila bisnis yang paling berkembang adalah bisnis yang dikelola pebisnis dekat dengan elit kekuasaan baik dipusat maupun daerah. Fenomena demikian jangan ditanyakan soal efisiensi dan produktivitas bisnis meskipun demikian dipastikan sangat menguntungkan. Masyarakat begitu mudah untuk meyebutkan pebisnis berbisnis etis atau tidak. Tidak sedikit praktek bisnis yang sangat jelas tidak etis benar-benar merugikan konsumen (terutama masyarakat kecil) namun konsumen pada posisi tidak berdaya. Penerapan konsep bisnis yang berorientasi pada kesejahteraan masyarakat dalam pengertian luas (stakeholder) tampak masih jauh dari harapan.

### **2.3. Implementasi Etika Bisnis**

Banyak organisasi menyadari bahwa memiliki suatu rancangan strategi yang baik saja tidak ada artinya apabila tidak disertai dengan program implementasinya. Implementasi suatu strategi menuntut adanya komitmen semua pihak yang terlibat di dalam organisasi. Hal ini juga berlaku untuk etika bisnis. Implementasi etika bisnis menuntut perhatian semua tingkat manajemen dari suatu organisasi bisnis. Implementasi etika bisnis mencakup pengorganisasian (*organizing*) dan pelaksanaan (*executing*) kebijakan etikal.

Dimensi organisasi mengacu pada komponen struktural dan kultural. Komponen struktural mengacu pada mekanisme organisasi formal yang mendukung keputusan etikal, yang biasanya meliputi: kode etika, komite etika, dan program pelatihan, dan suatu audit etikal. Sedangkan komponen kultural menyangkut iklim organisasi informal yang biasanya ditunjukkan oleh peran manajemen puncak yang mendukung struktur formal tersebut. Pelaksanaan kebijakan etika bisnis meliputi implementasi tanggung jawab (*responsibilities*) dan tugas (*task*).

Kode etik korporasi telah lama, dipandang sebagai struktur organisasional yang utama dalam implementasi kebijakan etikal. Agar berfungsi sebagai dasar implementasi, suatu kode etika harus bersifat spesifik. Kode etika haruslah merupakan dokumen publik, yang dapat ditunjukkan kepada berbagai pihak internal maupun eksternal. Kode etika haruslah tegas dan realistis mengenai pelanggaran. Akhirnya kode etika harus direvisi secara periodik.

Komite etika dan program pelatihan adalah metode struktural untuk implementasi kebijakan etika bisnis. Komite etika dapat membantu menginterpretasikan, menjelaskan, mengkonsumsikan, dan menyelesaikan permasalahan etika yang ada. Metode struktural lain dalam implementasi kebijakan etika bisnis adalah audit etikal. Audit etikal akan memberikan informasi yang berkaitan dengan pelanggaran kebijakan etikel yang terjadi.

Organisasi informal atau kultur korporasi adalah komponen kedua dari dimensi organisasional dalam implementasi kebijakan etika bisnis. Beberapa pengamat bahkan menyatakan bahkan aspek ini lebih penting dibandingkan dengan organisasi formal. Organisasi informal menciptakan kultur, dan kebijakan formal adalah suatu refleksi dari kultur yang ada. Budaya terus menerus misalnya, diperlukan agar komunikasi dapat mengalir secara bebas dalam organisasi.

Implementasi tanggung jawab mencakup kepemimpinan dalam etika, delegasi komunikasi dan motivasi posisi etika perusahaan kepada karyawan. Aspek utama dalam implementasi tanggung jawab adalah kepemimpinan (*leadership*). Kepemimpinan adalah penting dalam sebagai aspek bisnis, sekaligus merupakan faktor kritikal dalam bidang etika. Delegasi sangat esensial untuk mencapai implementasi etika yang efektif.

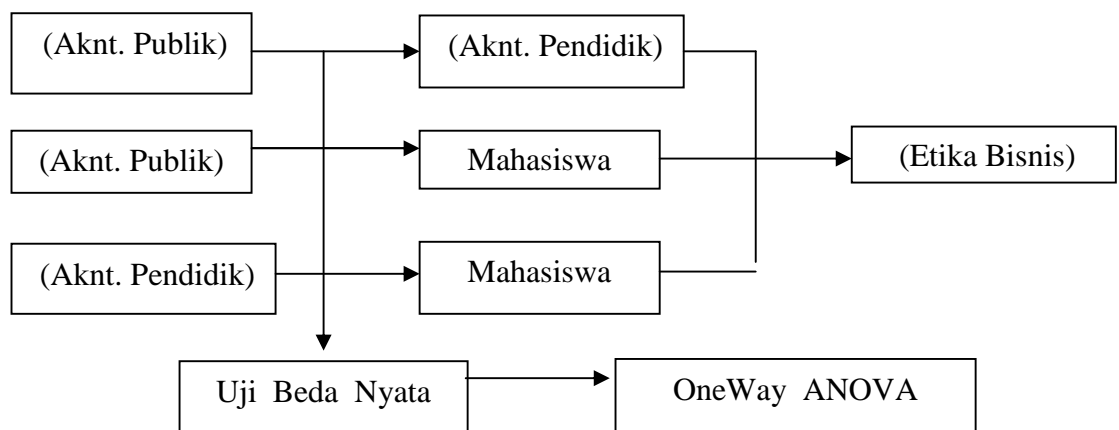
Tingkat manajer menengah dan bawah seringkali berada dalam situasi etikal yang sulit karena eksekutif tingkat tinggi tidak jelas dalam mendelegasikan tanggung jawab etikal. Komunikasi merupakan tanggung jawab esensial agar kebijakan etikel dapat dilaksanakan dalam suatu organisasi. Secara formal,

komunikasi ini dapat terjadi dengan banyak cara melalui kode etika dan seminar atau program pelatihan yang berkaitan dengan isu etikal.

Komunikasi informal juga menjadi faktor pendukung yang penting dalam implementasi tanggung jawab. Apabila perusahaan ingin berhasil dalam melaksanakan kebijakan pemasaran etika, semua individu terkait harus memiliki motivasi untuk melaksanakan pekerjaan dengan benar. Hal ini berarti bahwa manajemen yang lebih harus mempertimbangkan cara kinerja diukur.

Pelaksanaan tugas harus dihubungkan dengan area fungsional tertentu dalam perusahaan, seperti pemasaran, keuangan, produksi, dan lain sebagainya. Selanjutnya implementasi tugas ini harus dirinci kedalam tugas-tugas rinci yang relevan.

#### 2.4. Kerangka Berfikir



#### 2.5. Hipotesis

Hipotesa memuat pernyataan mengenai hubungan antar dua variabel atau lebih yang sifatnya masih lemah. Hipotesa dapat diturunkan dari teori dan beberapa sumber lain yang telah ada. Hipotesa juga merupakan jawaban sementara atas

masalah yang telah dirumuskan, oleh karena itu masih memerlukan pengujian untuk membuktikan kebenarannya.

Pada skripsi ini akan menguji hipotesa sebagai berikut :

Ho1 = Tidak terdapat perbedaan yang signifikan persepsi antara akuntan publik dan akuntan pendidik terhadap etika bisnis.

Ho2 = Tidak terdapat perbedaan yang signifikan persepsi antara akuntan public dan mahasiswa akuntansi terhadap etika bisnis .

Ho3 = Tidak terdapat perbedaan yang signifikan persepsi antara mahasiswa akuntansi dan akuntan pendidik terhadap etika bisnis

Ha1 = Terdapat perbedaan yang signifikan persepsi antara akuntan publik dan akuntan pendidik terhadap etika bisnis.

Ha2 = Terdapat perbedaan yang signifikan persepsi antara akuntan public dan mahasiswa akuntansi terhadap etika bisnis .

Ha3 = Terdapat perbedaan yang signifikan persepsi antara mahasiswa akuntansi dan akuntan pendidik terhadap etika bisnis .