

## ETIKA BISNIS DI CV. ECC

Shela Hamfry dan Bambang Haryadi  
Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
*E-mail:* shelahamfry\_10249@yahoo.com, harya@peter.petra.ac.id

**Abstrak**—Sikap dan perilaku pemimpin memberikan pengaruh yang sangat besar pada kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam hubungannya dengan pemasok, pelanggan, dan karyawan dengan menggunakan perspektif etika evolusionisme, utilitarianisme, pragmatisme, situasionisme, dan deontologi, serta mendeskripsikan sikap pemimpin yang dilihat berdasarkan pandangan-pandangan pemimpin mengenai etika evolusionisme, utilitarianisme, pragmatisme, situasionisme, dan deontologi. Jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode etnografi dan teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipasi dan wawancara semi terstruktur pada pemimpin, manajer pemasaran, manajer gudang, pelanggan, serta pemasok. Hasil dari penelitian ini, diketahui bahwa sikap dan perilaku pemimpin dalam hubungannya dengan pemasok, pelanggan, dan karyawan mengkonfirmasi adanya penerapan etika deontologi. Sedangkan penerapan etika bisnis dari perspektif evolusionisme, utilitarianisme, pragmatisme, dan situasionisme belum dapat ditemukan.

**Kata Kunci**— Etika bisnis, perilaku pemimpin, sikap pemimpin, perspektif etika, etika deontologi.

### I. PENDAHULUAN

Salah satu aspek penting yang dapat memberikan pengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan adalah peran seorang pemimpin (Winarto, 2005). Jika peran pemimpin baik maka perusahaan akan berkembang dan namun jika peran pemimpin buruk, maka perlahan-lahan perusahaan akan jatuh. Salah satu unsur dasar pemimpin yang berkualitas adalah pemimpin yang memiliki integritas yang tinggi (Maedjaja, 1995). Pemimpin yang memiliki integritas yang tinggi, dapat kita lihat dari cara pemimpin tersebut bersikap dan berperilaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya misalnya dengan tidak melakukan tindakan pelanggaran etika dalam berbisnis.

Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai tata cara hidup yang baik, aturan dan kebiasaan hidup yang baik. (Keraf, 1998). Perkara yang biasanya muncul dalam etika mempunyai kaitan yang erat dengan kehidupan manusia khususnya di kalangan masyarakat yang meminggirkan agama dalam kehidupan mereka (Nain & Yusoff, 2003). Dari karena itu penting bagi setiap orang termasuk pemimpin sebuah perusahaan untuk memeluk dan taat pada satu kepercayaan/agama karena. Dalam masing-masing agama terdapat nilai-nilai kebajikan dan kebenaran mutlak yang terkandung dalam ajarannya yang dapat dipergunakan untuk melihat nilai-nilai yang terkandung di dalam etika.

Terdapat banyak macam-macam pandangan etika yang tidak mengenal adanya kebenaran yang mutlak, beberapa diantaranya yaitu pandangan etika evolusionisme, etika utilitarianisme, etika pragmatisme, dan etika situasionisme. Etika-etika tersebut menilai suatu kebenaran merupakan hal yang berubah-ubah dan tidak tetap. Sedangkan satu-satunya pandangan etika yang menilai bahwa kebenaran merupakan hal yang mutlak yaitu pandangan etika deontologi (Bertens, 2000). Etika Kristen juga mengenal adanya kebenaran mutlak, dari karena itu etika Kristen termasuk salah satu bagian dari etika deontologi.

Pemasok merupakan pihak yang menyediakan barang bagi pihak perusahaan. Dimana pemasok berperan sebagai penentu kualitas dan ketepatan waktu penyediaan barang sehingga pihak perusahaan dapat menyediakan barang bagi pihak pelanggan dengan tidak mengurangi nilai dan manfaat dari barang tersebut. Hubungan antara pemasok dan perusahaan merupakan hubungan transaksi jual-beli dimana pemasok sebagai pihak yang menjual barang kepada pihak perusahaan sebagai pembeli yang menentukan jumlah pemesanan barang dan spesifikasi barang pesanan serta melihat kesesuaian barang pesanan setelah barang dikirim kepada pihak perusahaan (Mulyadi, 2007).

Pelanggan merupakan seorang atau organisasi yang mempunyai suatu kepentingan tertentu terhadap suatu produk atau jasa, sehingga dengan adanya kepentingan tersebut akan mengakibatkan terjadinya suatu transaksi jual-beli dimana perusahaan sebagai pihak penjual dan pelanggan sebagai pihak pembeli, dan akan menyebabkan timbulnya keuntungan atau *profit* dari transaksi tersebut. Hubungan perusahaan dan pelanggan yaitu hubungan transaksi jual-beli yang dimana dalam transaksi jual beli terdapat proses tawar menawar barang sampai pada tahap pembelian barang, pembayaran hingga pemberian barang dari pihak perusahaan kepada pihak pembeli (Hadi, 2007).

Pekerja merupakan seseorang yang bekerja di dalam perusahaan dan terikat hubungan kerja serta menerima upah. Hubungan yang terdapat antara pekerja dan perusahaan yaitu hubungan kerja dimana pihak pekerja mempunyai kewajiban untuk bekerja demi memperoleh keuntungan bagi perusahaan, menjalankan tugas yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan bidangnya masing-masing yang telah ditentukan sejak awal bekerja, dengan hak berupa upah yang diberikan oleh pihak perusahaan setelah pekerja melaksanakan kewajibannya (Per-01/Men/1999 tentang Tenaga Kerja dikutip dari Adisu, 2008).

Etika Evolusionisme adalah suatu konsep yang merupakan hasil dari suatu evolusi (Sunoto, 1992). Salah satu penggagas yang terkenal yaitu Herbert Spencer mengatakan bahwa manusia hanya mampu mengenal suatu gejala-gejala, walaupun dibelakang gejala-gejala tersebut terdapat suatu

dasar yang absolut. Namun manusia tidak mampu mengenal dasar yang absolut tersebut (Bertens, 2000). Sehingga suatu etika yang berkembang di suatu tempat merupakan suatu evolusi pada tempat tersebut. Kondisi ini menyebabkan kepastian dan kebenaran menjadi tidak sama yang secara tidak langsung menyatakan bahwa semuanya benar yang pada hakikatnya mengatakan semuanya salah (Watloly, 2001). Dari pengertian di atas, maka peneliti melihat bahwa etika evolusionisme adalah suatu pemahaman tentang baik atau buruknya suatu tindakan berdasarkan suatu prinsip yang terus berubah-ubah dengan adanya pengaruh perubahan budaya di daerah tersebut. Perubahan-perubahan tersebut bertujuan guna menyempurnakan prinsip yang telah ada.

John S. Mill dalam buku yang berjudul “kamus filsafat” mengatakan bahwa etika utilitarianisme merupakan teori etika yang mengatakan bahwa hal-hal yang baik merupakan hal yang bermanfaat, berguna, dan menguntungkan. Sebaliknya hal-hal yang jahat dan tidak baik merupakan hal-hal yang merugikan, tidak bermanfaat dan tidak menguntungkan, dari karena itu baik atau buruknya sesuatu ditentukan berdasarkan manfaat yang diperoleh, berguna atau tidak berguna dan menguntungkan atau tidak menguntungkan (Bagus, 2000). Rakhmat (2004) mengatakan bahwa etika utilitarianisme merupakan pandangan hidup dan bukan teori tentang mengenai bacaan moral. Moral dalam pandangan ini dilihat sebagai seni untuk kebahagiaan individu dan sosial, dimana kebahagiaan dan kesejahteraan berasal dari pemuasan hasrat-hasrat individu (Aiken, 2002).

Berdasarkan pengertian di atas maka pengertian yang akan peneliti gunakan yaitu etika utilitarianisme sebagai suatu pemahaman mengenai hal-hal yang baik adalah hal-hal yang berguna dan bermanfaat sedangkan hal-hal yang tidak bermanfaat dan berguna dianggap sebagai hal yang tidak baik dan hal yang jahat. Konsep utilitarianisme mementingkan lebih mementingkan suara dan pandangan mayoritas daripada minoritas, sehingga dalam suatu proses pengambilan suara, yang baik akan diputuskan berdasarkan suara terbanyak dan bukan dengan melihat norma yang berlaku.

Pragmatisme adalah aliran filsafat yang melihat sebuah kebenaran, apakah tindakan itu benar atau tidak berdasarkan ada atau tidaknya manfaat-manfaat bagi kehidupan nyata terutama mengenai hal yang praktis (Hakim & Saebani, 2008). Hamersma (2008) mengatakan bahwa dalam konsep pragmatisme, ide-ide menjadi benar ataupun salah ditentukan dari suatu tindakan tertentu, misalnya sebuah teori dalam ilmu pengetahuan. Jika akibat dari teori-teori tersebut berguna dan bermanfaat, maka teori tersebut akan dianggap baik karena memberikan manfaat dan berguna.

Berdasarkan pengertian mengenai pragmatisme di atas maka peneliti menangkap bahwa pragmatisme merupakan sebuah filsafat yang menilai sejauh mana hal tersebut dapat menyelesaikan tugas-tugas secara praktis, dan baik atau tidaknya sesuatu berdasarkan pada praktis atau tidaknya dalam menyelesaikan sesuatu. Jika ide-ide yang dikemukakan tersebut memberikan dampak yang baik, maka ide tersebut akan dikatakan sebagai ide yang baik karena memberikan manfaat yang baik. Suatu hal tidak dinilai benar atau salahnya berdasarkan “apa itu” melainkan “apa gunanya” dan “untuk apa”. Kelemahan yang terdapat dalam konsep ini yaitu membawa seseorang untuk terjebak ke dalam hal-hal yang

bersifat sementara karena adanya keinginan menyelesaikan sesuatu dengan praktis.

Etika Situasionisme adalah suatu etika yang mempertimbangkan keadaan-keadaan tertentu yang tidak terpisahkan dari masing-masing situasi, sehingga tetap menggunakan prinsip-prinsip dasar sebagai petunjuk atau pedoman, sehingga tidak ada kebenaran dan kesalahan yang mutlak karena semuanya berdasarkan dari kondisi saat itu (Parsons, 2004). Joseph Fletcher mengatakan bahwa etika situasionisme berarti saat berhadapan dengan masalah-masalah nyata, suara hati merupakan pertimbangan-pertimbangan situasional yang perlu nilainya sama besar dengan tetapan normatif yang dengan kata lain bisa menghilangkan etika-etika lain (Suseno, 2006).

Dari kedua pengertian di atas, maka peneliti melihat bahwa etika situasionisme merupakan suatu pemahaman tentang baik atau buruknya suatu tindakan berdasarkan dari situasi yang ada dengan mengandalkan suara hati dalam bertindak pada setiap kasusnya tanpa menggunakan suatu tetapan yang pasti.

Etika deontologi berbicara mengenai suatu kewajiban yang harus dijalankan, dimana kebenaran dalam konsep deontologi yaitu sesuatu yang sesuai dengan norma sosial dan moral, tanpa melihat apakah hal tersebut menguntungkan, bermanfaat, atau bahkan menyenangkan atau tidak (Bertens, 2000). Keuntungan, manfaat dan dampak tidak menjadi perhatian dalam konsep ini. Bertens mengutip gagasan Immanuel Kant yang merupakan salah satu tokoh ternama penggagas teori etika deontologi. Inti dari konsep etika deontologi yaitu sebuah tindakan yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan hal lain yang menguntungkan, tanpa adanya suatu motif tertentu dari perbuatan tersebut, melainkan melakukan suatu hal yang merupakan suatu kewajiban.

Berdasarkan pengertian di atas maka etika deontologi dapat dikatakan sebagai etika tertinggi dimana dalam etika deontologi terdapat adanya kebenaran mutlak. Kebenaran yang tidak bergantung pada suatu kondisi/situasi tertentu, manfaat atau keuntungan dan kesenangan tertentu. Melainkan kebenaran yang sebenarnya sesuai dengan norma sosial dan moral yang ada.

CV. Elmi Computer Centre merupakan perusahaan yang bergerak dibidang distributor barang elektronik khususnya komputer dan *projector*. CV. Elmi Computer Centre ini berlokasi di kompleks Darmo Park 1 jalan Mayjend Sungkono blok 3c nomor 9-10, Surabaya. CV. Elmi Computer Centre telah menjadi distributor computer dan *projector* sejak tahun 1987 oleh Hendrawan selaku direktur utama dalam perusahaan. Direktur utama CV. Elmi Computer Centre dikenal sebagai sosok pemimpin yang tegas. Beliau merupakan penganut ajaran kristiani yang rajin beribadah ke gereja setiap minggu bersama dengan keluarganya. Selain itu, beliau juga setiap tahun mengadakan acara natalan bersama di kediamannya bersama dengan rekan-rekan persekutuan umat Kristen.

CV. Elmi Computer Centre sudah cukup dikenal dikalangan para pebisnis dibagian komputer dan *projector* karena merupakan salah satu perusahaan yang sudah cukup lama dan cukup berkembang. Adapun proses-proses yang terjadi dalam perusahaan antara lain adanya proses pemesanan produk oleh pemilik perusahaan ke supplier computer dan

projector, lalu setelah produk yang dipesan tiba di kantor CV. Elmi Computer Centre selanjutnya akan dilakukan pemeriksaan oleh pihak CV. Elmi Computer Centre terhadap kondisi produk yang tiba dan setelah dilakukan pemeriksaan kemudian produk akan disimpan di dalam gudang. Setelah terjadinya proses transaksi penjualan oleh perusahaan kepada konsumen, maka kondisi kelayakan produk akan kembali diperiksa oleh pihak perusahaan sebelum dikirimkan kepada konsumen. Namun terkadang dalam proses-proses bisnis yang dilakukan tidak berjalan mulus. Masalah yang sering terjadi di dalam CV. Elmi Computer Centre yaitu pembayaran dari pihak konsumen kepada CV. Elmi Computer Centre yang terkadang tidak tepat pada waktunya.

Melalui penelitian ini, maka peneliti ingin mendeskripsikan sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dari perspektif etika evolusionisme, utilitarianisme, pragmatisme, situasionisme, dan deontologi dalam menjalankan bisnisnya terutama dalam hubungannya dengan pemasok, pelanggan dan karyawan.

## II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif karena ingin menggali lebih dalam mengenai sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dan mendeskripsikannya ke dalam konsep etika bisnis evolusionisme, utilitarianisme, pragmatisme, situasionisme, dan deontologi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian etnografi dan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi.

Penentuan narasumber dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling/judgement sampling*. *Purposive sampling/judgement sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan adanya pertimbangan tertentu dari peneliti, sehingga peneliti menganggap orang tersebut merupakan orang yang tepat, yang dapat memberikan informasi terakurat (Sugiyono, 2011). Narasumber dalam penelitian ini yaitu pemimpin sekaligus pemilik CV. Elmi Computer Centre sebagai narasumber pertama, karyawan CV. Elmi Computer Centre bagian marketing dan pergudangan sebagai narasumber kedua dan ketiga, serta pelanggan dan pemasok tetap CV. Elmi Computer Centre yang sudah bekerja sama dengan CV. Elmi Computer Centre minimal 5 tahun sebagai narasumber keempat dan kelima.

Sumber data yang peneliti peroleh adalah sumber primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yang peneliti peroleh berasal dari pemimpin, manajer marketing dan manajer pergudangan, serta pelanggan dan pemasok CV. Elmi Computer Centre. Sedangkan sumber data sekunder yang peneliti peroleh yaitu struktur organisasi CV. Elmi Computer Centre.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara (*interview*), dan observasi (*observation*).

Teknik pengujian data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji triangulasi. Sedangkan teknik analisis data adalah dengan tahapan transkripsi data dimana hasil

wawancara dan observasi di transkrip, kemudian reduksi dengan menggunakan axial coding, penyajian data, lalu verifikasi data.

## III. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Peneliti akan mendeskripsikan sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre yang dilihat berdasarkan peristiwa dan kejadian yang telah terjadi di CV. Elmi Computer Centre. Setiap analisis dan pembahasan atas sikap dan perilaku pemimpin yang tertangkap akan dicermati melalui 5 perspektif etika yaitu etika evolusionisme, etika utilitarianisme, etika pragmatisme, etika situasionisme, dan etika deontologi.

### 1. Analisa sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam berhubungan dengan pemasok.

Kejadian yang sering terjadi yang terkait dengan hubungan antara perusahaan dan pemasok yaitu adanya ketidaksesuaian barang yang dipesan oleh perusahaan dan barang yang dikirim oleh pemasok karena kelalaian dari pihak pemasok. Hal ini peneliti ketahui dari hasil wawancara dengan pemimpin perusahaan, karyawan perusahaan dan juga pemasok yang memasok barang ke perusahaan. Pemasok mengatakan bahwa sering terjadi kelalaian yang dilakukan oleh karyawan dari pihak pemasok sehingga kesalahan seperti ini cukup sering terjadi. Kesalahan dalam ketidaksesuaian barang yang selama ini pernah terjadi yaitu kesalahan pada kelebihan dan kekurangan jumlah barang yang dipesan.

Kesalahan lainnya yaitu kesalahan pada tipe barang yang dipesan oleh perusahaan tidak sesuai dengan tipe barang yang dikirim oleh pemasok. Tindakan yang diambil perusahaan terhadap masalah ini yaitu melaporkan kesalahan kepada pihak pemasok, baik itu kelebihan jumlah barang, kekurangan jumlah barang, maupun ketidaksesuaian tipe barang. Hal ini diperkuat dengan hasil pengamatan yang peneliti peroleh yaitu adanya kelebihan 2 buah *powerbank* merk SPC pada hari Sabtu, 14 Juni 2014 pukul 14.05 wib di ruangan gudang CV. Elmi Computer Centre yang kemudian barang yang lebih tersebut dilaporkan kepada pihak pemasok oleh salah satu karyawan CV. Elmi Computer Centre, yaitu karyawan dari bagian gudang. Kelebihan barang tersebut dilaporkan oleh karyawan kepada pemasok melalui telepon.

### 2. Pembahasan sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam berhubungan dengan pemasok.

Berdasarkan dari hasil analisa di atas maka peneliti melihat pemimpin di CV. Elmi Computer Centre menggunakan etika deontologi dalam hubungannya dengan pemasok. Etika deontologi merupakan suatu kebenaran yang sesuai dengan norma dan nilai yang ada tanpa melihat manfaat, tingkat kemudahan, bahkan menyenangkan atau tidaknya hal tersebut untuk dilakukan (Bertens, 2000). Hal ini tercermin dari tindakan pemimpin perusahaan dimana ia menetapkan untuk melaporkan setiap kejadian ketidaksesuaian barang yang terjadi kepada pemasok, baik itu kelebihan jumlah barang, kekurangan jumlah barang, dan ketidaksesuaian tipe barang yang dikirim oleh pemasok seperti barang yang dikirim merupakan tipe barang yang harganya lebih mahal daripada barang yang dipesan oleh perusahaan dan juga sebaliknya. Peneliti menemukan tindakan ini dilakukan atas dasar prinsip kejujuran, dimana kejujuran yang

dimaksud disini yaitu mengatakan yang sebenarnya dan tidak berdusta (White, 1997).

Peneliti mengatakan pemimpin menggunakan etika deontologi dalam hubungannya dengan pemasok dengan melihat tindakan yang ditetapkan oleh pemimpin terhadap kejadian di atas, dimana pemimpin dalam melakukannya tidak melihat apakah itu menguntungkan atau merugikan, bermanfaat atau tidak bermanfaat, mudah atau sulit bahkan menyenangkan atau tidaknya hal tersebut. Pemimpin tidak menggunakan etika utilitarianisme, dimana etika utilitarianisme merupakan kebaikan dan kebenaran yang diukur berdasarkan manfaat yang dihasilkan (Bagus, 2000).

### 3. Analisa sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam berhubungan dengan pelanggan.

Peneliti menemukan bahwa dalam pemberian informasi pihak perusahaan selalu memberitahukan mengenai spesifikasi barang, kelebihan maupun kekurangan barang sehingga dapat dibandingkan dengan produk tipe lain sesuai dengan kebutuhan pelanggan, serta kuantitas dan harga barang. Informasi-informasi ini diberikan sebelum terjadinya transaksi antara perusahaan dan pelanggan, yaitu saat masih berada pada proses promosi barang ataupun tawar-menawar barang. Hal ini diperkuat dengan adanya pernyataan dari pemimpin perusahaan, karyawan perusahaan, dan juga salah satu pelanggan sebagai pembeli tetap yang sudah bekerja sama dengan CV. Elmi Computer Centre selama 8 tahun yang menyatakan bahwa pemberian informasi berupa spesifikasi barang, kuantitas, dan harga barang selalu diberikan sejak awal sebelum terjadinya transaksi.

Hal lain yang peneliti temukan yaitu adanya penetapan sejak awal perusahaan berdiri mengenai pelayanan terhadap keluhan pelanggan. Pemimpin perusahaan menetapkan kebijakan untuk melayani keluhan pelanggan sebaik mungkin. Hal ini diperkuat dengan adanya pernyataan dari narasumber 2 dan narasumber 3 yang menyatakan adanya penetapan dari pemimpin perusahaan untuk pelayanan terhadap keluhan pelanggan yang telah dijalankan sebelum mereka menjadi karyawan di CV. Elmi Computer Centre. Selain itu pelanggan juga menyatakan bahwa setiap kali ada barang yang rusak pihak perusahaan selalu membantu menyelesaikannya dengan baik. Selain pernyataan-pernyataan tersebut, hal ini juga diperkuat dengan adanya divisi khusus yang dibentuk oleh pemimpin perusahaan untuk karyawan-karyawan yang bertugas untuk membantu pelanggan terhadap keluhan-keluhan mengenai barang yang baru dibeli maupun yang telah lama dibeli. Pembentukan divisi ini bertujuan agar karyawan dapat melayani keluhan pelanggan dengan lebih terfokus sehingga pelanggan akan puas dan tidak kecewa sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hal lainnya yang peneliti temukan di perusahaan yaitu mengenai perlakuan terhadap pelanggan. Berdasarkan pernyataan dari pemimpin perusahaan peneliti menangkap bahwa tidak terdapat perbedaan perlakuan antara pelanggan kecil dan pelanggan besar. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari narasumber 2 yang mengatakan bahwa setiap pelanggan dilayani dengan baik, setiap pelanggan diberikan informasi yang sejelas-jelasnya dan dilayani dengan ramah tanpa melihat apakah akan terjadi transaksi ataupun tidak. Pernyataan lain oleh narasumber 3 yang menyatakan bahwa

tidak melihat apakah pesanan yang ada sedikit maupun banyak, semua barang yang terjual dan akan dikirim selalu diperiksa dengan baik kelayakannya untuk menghindari adanya keluhan mengenai barang yang rusak dan dalam proses pengemasan barang di kemas dengan baik, rapi, sehingga barang akan aman sampai pada tempat tujuan. Selain pernyataan dari kedua karyawan CV. Elmi Computer Centre, pihak pelanggan juga menyatakan bahwa pertama kali ia mengambil barang di CV. Elmi Computer Centre bukan sebagai pembeli dalam jumlah besar, namun sebagai pembeli dalam jumlah kecil, namun perlakuan yang diberikan selalu ramah dan *professional* sejak awal hingga saat ini.

Hal lain yang juga memperkuat pernyataan tersebut yaitu hasil pengamatan yang peneliti lakukan di ruangan pemasaran CV. Elmi Computer Centre pada tanggal 10, 12-14, 16-20 juni 2014 dari pukul 10.30-12.00 wib, peneliti mengamati bagaimana divisi pemasaran dalam melayani pembeli, baik pembeli baru yang hanya bertanya tanpa membeli maupun pembeli tetap. Peneliti melihat bahwa perlakuan pihak perusahaan kepada pembeli-pembeli tersebut sama, sama-sama dilayani dengan baik, ramah dan dalam pemberian informasi barang juga jelas.

### 4. Pembahasan sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam berhubungan dengan pelanggan.

Berdasarkan dari hasil analisa di atas maka peneliti menemukan bahwa dalam hubungannya dengan pelanggan, pemimpin CV. Elmi Computer Centre menggunakan etika deontologi. Hal ini dapat dilihat dari fakta-fakta yang ditemukan dari analisa di atas, yaitu pemimpin menetapkan sejak awal berdirinya perusahaan untuk melayani keluhan pelanggan dengan baik dan hal ini tidak berubah hingga saat ini dan tetap dijalankan sehingga peneliti melihat adanya suatu ketetapan yang tidak berubah-ubah. Sedangkan dalam etika evolusionisme sendiri dijelaskan bahwa manusia tidak dapat mengenal dasar yang absolut (Bertens, 2000) namun dalam hal ini peneliti melihat adanya sesuatu yang absolut.

Ketetapan oleh pemimpin mengenai pelayanan keluhan pelanggan dengan baik juga merupakan suatu hal yang tidak mudah karena dibutuhkan sebuah kesabaran penuh dan fokus yang lebih agar dapat mengatasi semua keluhan-keluhan yang ada. Hal ini berbanding terbalik dengan pandangan etika pragmatisme dimana dalam etika pragmatisme dijelaskan bahwa sesuatu yang baik dinilai dari seberapa praktis dan mudah hal tersebut untuk dilakukan (Hakim & Saebani, 2008). Hal ini dilakukan oleh pemimpin CV. Elmi Computer Centre atas dasar prinsip bertanggung jawab kepada pelanggan, dimana bertanggung jawab disini merupakan mengatasi hal yang sudah seharusnya diatasi, dan tidak melemparkan pada pihak lain (White, 1997).

Pemimpin juga menetapkan adanya kejujuran terhadap informasi yang diberikan kepada pelanggan. Informasi yang diberikan berupa informasi mengenai barang yang dipaparkan oleh jelas dan lengkap. Informasi-informasi yang biasanya dijelaskan oleh pihak perusahaan yaitu spesifikasi barang, kelebihan dan kekurangan barang, serta kuantitas barang dan harga barang. Terkadang perusahaan tidak mendapatkan manfaat karena memberitahukan informasi yang jelas mengenai spesifikasi barang yang berupa kelebihan dan kekurangan barang, karena itu dapat menimbulkan munculnya

pertimbangan-pertimbangan dari pelanggan atas kekurangan yang ada pada barang tersebut. Namun pihak perusahaan tetap memberitahukan hal tersebut dengan tujuan agar pembeli tidak salah dalam memilih barang dan saat membeli dapat sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan. Hal ini berbanding terbalik dengan etika utilitarianisme dimana etika utilitarianisme menjelaskan mengenai baik atau buruknya sesuatu berdasarkan dari manfaat yang diberikannya (Bagus, 2000).

Pemimpin juga menetapkan kebijakan agar karyawan dalam memperlakukan pelanggan tidak boleh berbeda-beda, baik terhadap pelanggan kecil maupun terhadap pelanggan besar harus diperlakukan dengan sama. Hal ini dilakukan oleh pemimpin atas dasar prinsip keadilan, dimana pemimpin tidak membedakan berdasarkan manfaat yang diberikan dari pelanggan kecil dan pelanggan besar. Hal ini juga berbanding terbalik dengan etika utilitarianisme karena hal ini dilakukan tanpa mempertimbangkan bahwa pelanggan yang besar akan memberikan manfaat yang lebih besar terhadap keuntungan perusahaan dibandingkan dengan pelanggan kecil.

5. Analisa sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam berhubungan dengan karyawan.

Pada penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara atasan dan bawahan di CV. Elmi Computer Centre, dan bagaimana ketetapan-ketetapan serta kebijakan yang diberikan oleh pemimpin perusahaan kepada karyawan maka peneliti menanyakan beberapa pertanyaan pada saat wawancara yang berkaitan dengan tunjangan-tunjangan untuk para karyawan, penggajian berdasarkan standar UMR, pemberian bonus dan reward, kebijakan perusahaan bagi karyawan yang melakukan tindakan merugikan bagi perusahaan, serta kebijakan mengenai penetapan gaji pada saat omset perusahaan mengalami penurunan yang signifikan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemimpin dan karyawan CV. Elmi Computer Centre maka peneliti menemukan adanya pemberian tunjangan-tunjangan yang berupa tunjangan jaminan sosial tenaga kerja dan asuransi kesehatan. Hal ini diperkuat dengan adanya pernyataan dari karyawan yang mengatakan bahwa seluruh karyawan CV. Elmi Computer Centre mendapatkan pemberian tunjangan jamsostek dan askes yang diberikan oleh perusahaan. Pemberian tunjangan ini juga dianggap sangat penting bagi pemimpin perusahaan, dan harus diberikan kepada karyawan, karena tunjangan-tunjangan tersebut merupakan suatu kewajiban dari perusahaan kepada karyawan yang harus dipenuhi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemimpin dan karyawan maka peneliti menemukan adanya pemberian gaji yang memenuhi standar UMR yang ditetapkan di kota Surabaya. Hal ini diperkuat dengan adanya pernyataan dari narasumber 2 dan narasumber 3 yang mengatakan bahwa gaji mereka berada di atas standar UMR yang berlaku di kota Surabaya.

Peneliti juga menemukan adanya pemberian reward dan pemberian bonus bagi karyawan. Reward akan diberikan bagi karyawan yang sudah memberikan kontribusi yang baik kepada perusahaan, sedangkan bonus akan diberikan sesuai persyaratan dan kesepakatan yang telah disepakati bersama antara karyawan dan pemimpin perusahaan yaitu berupa

prestasi penjualan tertentu yang ditetapkan oleh pemimpin yang harus dicapai oleh karyawan CV. Elmi Computer Centre. Hal ini diperkuat dengan adanya pernyataan dari Lina selaku manajer pemasaran di CV. Elmi Computer Centre yang mengaku mendapat reward sebagai karyawan terajin dan untuk itu maka perusahaan memberikan hadiah kepada Lina berupa handphone.

Bagi karyawan yang merugikan perusahaan akan diberikan teguran berupa peringatan, jika kesalahan diulang secara terus-menerus maka pihak perusahaan akan memutuskan untuk mengeluarkan karyawan yang bersangkutan. Hal ini dikatakan oleh pemimpin CV. Elmi Computer Centre. Ia juga mengatakan bahwa sebelumnya memang tidak pernah terjadi kasus sampai karyawan dikeluarkan tanpa diberi peringatan terlebih dahulu. Pernyataan ini diperkuat dengan adanya pernyataan dari narasumber 2 dan narasumber 3 selaku karyawan yang sudah bekerja lebih dari 10 tahun di CV. Elmi Computer Centre yang mengaku bahwa tidak pernah mendapati kasus karyawan dikeluarkan tanpa pemberian teguran terlebih dahulu.

Bisnis di CV. Elmi Computer Centre juga tidak selalu menghasilkan keuntungan, terkadang perusahaan juga mengalami kerugian pada bulan-bulan tertentu dimana pasar sedang sepi dan disaat terdapat banyak hari libur seperti pada bulan ramadhan menyambut hari raya Idul Fitri. Namun dengan perusahaan mengalami kerugian tidak berarti bahwa adanya penurunan gaji bagi para karyawan. Karyawan tetap menerima hak mereka seperti bulan-bulan sebelumnya, tidak ada pengurangan atau pemotongan gaji. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari karyawan CV. Elmi Computer Centre selaku narasumber kedua dan ketiga yaitu Lina dan Yuli yang mengatakan bahwa tidak ada penurunan gaji saat omset perusahaan sedang menurun atau perusahaan sedang merugi.

6. Pembahasan sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam berhubungan dengan karyawan.

Berdasarkan dari hasil analisa di atas maka peneliti menemukan bahwa pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam hubungannya dengan karyawan menggunakan etika deontologi. Hal ini tergambar dengan jelas dari kebijakan-kebijakan yang perusahaan berikan kepada karyawan. Kebijakan yang pertama yaitu pemenuhan standar UMR dalam pemberian gaji karyawan dan kebijakan yang kedua yaitu pemberian tunjangan-tunjangan pada seluruh karyawan. Dalam hal ini peneliti tidak melihat ada manfaat nyata yang didapatkan oleh perusahaan dari adanya kedua kebijakan tersebut, dan adanya kebijakan tersebut bertolak belakang dengan pandangan etika utilitarianisme dimana harus ada manfaat bagi perusahaan dalam setiap tindakan. Peneliti melihat bahwa adanya kebijakan tersebut untuk memenuhi hak-hak karyawan yang sudah seharusnya menjadi kewajiban dari perusahaan dan bukan untuk mendapatkan manfaat.

Kebijakan lainnya yaitu adanya pemberian bonus dan pemberian reward bagi karyawan yang berkontribusi baik. Hal ini dilakukan oleh pemimpin sebagai salah satu bentuk penghargaan bagi karyawan yang sudah berkontribusi baik dan juga salah satu bentuk kepedulian dan motivasi yang bisa pemimpin berikan kepada karyawan. Pemimpin tidak melihat apakah hal ini mudah untuk dilakukan ataukah akan merepotkan pemimpin namun lebih kepada kewajiban seorang

pemimpin untuk memperdulikan dan menghargai setiap bentuk kontribusi yang ada. Hal ini bertolak belakang dengan pandangan etika pragmatisme dimana hal ini dilakukan bukan berdasarkan kepraktisan dan kemudahan.

Kebijakan selanjutnya yaitu saat ada tindakan-tindakan karyawan yang merugikan perusahaan maka karyawan akan ditegur dengan cara diberikan peringatan oleh pemimpin dan tidak langsung dikeluarkan dari perusahaan. Kebijakan lainnya yaitu tidak adanya penurunan gaji karyawan walaupun omset karyawan sedang mengalami penurunan yang signifikan. Dari kebijakan-kebijakan ini maka peneliti melihat hal yang bertolak belakang dengan pandangan etika situasionisme, dimana di dalam etika situasionisme dijelaskan bahwa suatu kebenaran dilihat dari situasi dan kondisi saat itu dan tidak ada kebenaran mutlak (Parsons, 2004).

#### 7. Analisa sikap pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam berbisnis.

##### Etika Evolucionisme

Pemimpin CV. Elmi Computer Centre menyatakan bahwa prinsip adalah dasar dalam melakukan dan mengambil keputusan dalam berbisnis, dari karena itu prinsip tidak boleh berubah-ubah. Prinsip harus jelas dan tetap. Dalam melakukan tindakan bisnis harus ada sesuatu yang mendasari untuk mengukur kapan sebuah tindakan dapat dikatakan benar dan kapan sebuah tindakan dapat dikatakan tidak benar. Sebagai bukti yang mendukung pernyataan dari pemimpin perusahaan yaitu adanya penetapan mengenai penanganan keluhan pelanggan yang tidak berubah hingga saat ini. Prinsip yang diterapkan oleh perusahaan yaitu melayani keluhan pelanggan dengan sebaik mungkin dan prinsip itu juga diterapkan hingga saat ini.

##### Etika Utilitarianisme

Peneliti berusaha mengukur pola pikir pemimpin CV. Elmi Computer Centre mengenai etika utilitarianisme dengan menanyakan dua konsep. Konsep yang pertama yaitu mengenai kebenaran yang berdasarkan pada untung/rugi dan yang kedua tindakan mengorbankan hal kecil demi hal besar. Pernyataan yang dikatakan oleh pemimpin perusahaan dalam menanggapi konsep yang pertama yaitu bahwa suatu tindakan bisnis yang benar tidak didasarkan dari untung atau rugi karena setiap berbisnis pasti ada saatnya dimana mengalami untung dan rugi dan tetap harus konsisten dalam menghadapinya. Dari karena itu kebenaran punya standarisasi sendiri yang tidak bisa ditolerir berdasarkan manfaat yang diperoleh. Hal yang memperkuat pernyataan ini yaitu dengan melihat ketetapan dan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh perusahaan tanpa melihat untung dan ruginya. Salah satu contohnya yaitu seperti melaporkan ketidaksesuaian barang yang terjadi walaupun ketidaksesuaian disini yaitu kelebihan barang. Mengenai konsep yang kedua pemimpin perusahaan memberikan contoh perumpamaan yang menyatakan ketidaksetujuannya terhadap konsep tersebut, yaitu semisal ada pelanggan yang mengambil dengan jumlah kecil kemudian beberapa saat kemudian ada pelanggan yang ingin memesan dengan jumlah yang lebih banyak namun diperusahaan ketersediaan barang tidak mencukupi untuk memenuhi pesanan kedua pembeli tersebut, maka perusahaan tetap menetapkan untuk mendahulukan pembeli yang lebih dahulu memesan. Tindakan ini dianggap tindakan yang adil bagi perusahaan kepada pembeli sehingga diterapkan. Hal ini

diperkuat dengan adanya hasil pengamatan oleh peneliti yang melihat bagaimana pihak perusahaan mendahulukan pemenuhan terhadap pesanan pembeli yang memesan sedikit dibandingkan pembeli yang memesan lebih banyak karena pembeli yang memesan lebih sedikit sudah lebih dahulu melakukan pemesanan.

##### Etika Pragmatisme

Pernyataan pemimpin CV. Elmi Computer Centre mengenai kebenaran yang berdasarkan pada praktis dan kemudahan yaitu suatu hal yang cepat dan praktis tidak selalu baik, sebaliknya hal yang benar dan baik biasanya membutuhkan usaha dan waktu yang lebih banyak untuk memperolehnya. Dari pernyataan di atas maka peneliti melihat bahwa pemimpin perusahaan tidak menyetujui kebenaran yang berdasarkan pada hal yang mudah dan praktis. Salah satu contoh tindakan nyata yang telah dilakukan pemimpin yang memperkuat pernyataan di atas yaitu pembuatan divisi khusus untuk melayani keluhan-keluhan pelanggan, meskipun dalam melayani keluhan pelanggan bukan suatu hal yang mudah dan pemimpin perusahaan juga menyadari itu bukan merupakan hal yang mudah sehingga pemimpin perusahaan menyediakan satu divisi khusus untuk mengatasi hal tersebut agar lebih fokus dalam melayani keluhan pelanggan namun hal tersebut tetap dilakukan demi meningkatkan loyalitas dan tingkat kepuasan pelanggan.

##### Etika Situasionisme

Pernyataan pemimpin CV. Elmi Computer Centre mengenai kebenaran yang bisa disesuaikan dengan situasi yang terjadi yaitu kebenaran merupakan hal yang mutlak dan tidak bisa disesuaikan dengan situasi yang sedang terjadi. Dalam berbisnis pemimpin selalu berusaha untuk mengikuti standar kebenaran yang ada. Untuk memperkuat pernyataan yang dikemukakan oleh pemimpin perusahaan peneliti melihat dari tindakan-tindakan dan ketetapan-ketetapan yang telah ditetapkan oleh pemimpin perusahaan. Salah satu contohnya yaitu pada masa dimana omset perusahaan menurun dan perusahaan mengalami kerugian, gaji karyawan tidak diturunkan dan tidak terdapat potongan gaji. Dari hal ini peneliti melihat walaupun perusahaan sedang berada dalam situasi merugi namun perusahaan tidak menurunkan gaji karyawan dan tetap memberikan hak karyawan sesuai dengan apa yang telah menjadi kesepakatan sejak awal.

##### Etika Deontologi

Pernyataan pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam menanggapi kebenaran yang mutlak yaitu pemimpin setuju bahwa suatu kebenaran adalah hal yang mutlak. Hal ini tergambar dari sikap dan perilakunya dalam menghadapi masalah dalam perusahaan dan juga dalam menentukan kebijakan perusahaan baik terhadap pemasok, pelanggan maupun karyawan. Peneliti melihat bahwa menurut pemimpin perusahaan hal yang benar adalah benar bukan karena situasinya ataupun manfaat yang dihasilkannya. Salah satu contoh tindakan pemimpin perusahaan yang dapat menggambarkan bahwa kebenaran tidak berdasarkan pada manfaat yang diperolehnya yaitu melaporkan kelebihan barang yang terjadi kepada pemasok. Peneliti menemukan fakta ini saat melakukan pengamatan di ruangan gudang dimana saat itu terdapat kelebihan 2 buah powerbank dan hal tersebut dilaporkan kepada pemasok.

8. Pembahasan sikap pemimpin CV. Elmi Computer Centre etika dalam berbisnis.

Berdasarkan dari hasil analisa di atas maka peneliti menemukan bahwa pemimpin CV. Elmi Computer Centre merupakan seorang yang menganut etika deontologi, karena ia percaya bahwa suatu kebenaran mutlak adanya, dan dengan melihat tindakan dan kebijakan-kebijakan yang telah ia lakukan dan tetapkan selama ini baik itu dalam hubungan dengan pemasok, pelanggan, maupun karyawan tercermin dengan sangat jelas bahwa ia selalu menggunakan etika deontologi dalam bertindak. Selain itu pandangan-pandangan yang dipaparkan oleh pemimpin CV. Elmi Computer Centre juga memperkuat dugaan peneliti bahwa pemimpin CV. ELmi Computer Centre bukan hanya memiliki pandangan sebagai seorang yang menganut etika deontologi melainkan juga memiliki perilaku yang mencerminkan bahwa ia merupakan penganut ajaran deontologi.

#### IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Sikap dan perilaku pemimpin CV. Elmi Computer Centre dalam berhubungan dengan pemasok, pelanggan, dan karyawan mengkonfirmasi ada penerapan etika bisnis dari perspektif deontologi.

Sementara itu, pada CV. Elmi Computer Centre penerapan etika bisnis dari perspektif evolusionisme, utilitarianisme, pragmatisme, dan situasionisme belum bisa diungkapkan karena singkatnya waktu penelitian.

Saran bagi penelitian berikutnya yaitu melakukan penelitian dengan objek penelitian dan metode penelitian yang sama tetapi dengan waktu yang lebih panjang, atau melakukan penelitian dengan objek penelitian yang berbeda tetapi dengan metode yang sama dengan menambahkan etika bisnis dari perspektif lainnya.

Saran bagi CV. Elmi Computer Centre yaitu perlu memberikan teladan mengenai etika bisnis dari perspektif deontologi tidak terbatas pada hal-hal yang besar dan nampak, melainkan juga pada hal-hal yang kecil dan hakiki.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aiken, L. R. 2000. *Psychological testing and assessment*. Boston : Allyn Bacon.
- Bagus, Lorens. 2000. *Kamus Filsafat*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bertens, K. (2000). *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta : Kanisius.
- Hakim, A. A., Saebani, B. A. 2008. *Filsafat Umum dari Metodologi Sampai Teofilosofi*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Hamersma, Harry. 2008. *Pintu Masuk ke Dunia Filsafat*. Yogyakarta : Kanisius.
- Keraf, A. S. 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Maedjaja, Daniel. 1995. *Prinsip-Prinsip Dasar Kepemimpinan Kristen*. Yogyakarta : Andy Offset.
- Mulyadi. 2007. *Sistem Akuntansi*. Jakarta : Selemba Empat.
- Nain, Ahmad Shukri Mohd., Yusoff, Rosman MD. 2003. *Konsep, Teori, Dimensi, dan Isu Pembangunan*. Malaysia : Universitas Teknologi Malaysia.

- Parsons, Patricia, J. 2004. *Ethic in Public Relations*. United Stated : Kogan Page Limited.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suseno, Franz Magnis. 2006. *Berebut Jiwa Bangsa*. Jakarta : Kanisius.
- White, J. E. (1997). *Honesty, Morality, & Conscience*. Navpress Publishing Group.
- Winarto, Paulus. 2005. *The Leadership Wisdom*. Jakarta : Elex media komputindo.