

## Tinjauan tentang etika bisnis dalam persaingan usaha di Indonesia

R. Siti Lestari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71774&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Terdapat hubungan yang erat antara etika bisnis dan persaingan usaha. Terdapatnya aspek hukum dan aspek etika bisnis sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Munculnya persaingan yang tidak sehat disebabkan karna peranan hukum dan etika bisnis dalam persaingan usaha belum berjalan sebagaimana mestinya. Dalam bisnis, terjadi persaingan yang ketat, yang kadang-kadang menyebabkan pelaku usaha menghalalkan segala usaha untuk memperoleh keuntungan usaha dan memenangkan persaingan.

Etika bisnis adalah perwujudan dari nilai-nilai moral. Hal ini disadari oleh sebagian besar pelaku usaha, karena mereka akan berhasil dalam kegiatan bisnisnya jika mengindahkan prinsip-prinsip etika bisnis. Jadi penegakan etika bisnis penting artinya dalam upaya menegakkan iklim persaingan sehat yang kondusif di Indonesia, penegakan etika bisnis dalam persaingan usaha semakin berat. Kondisi ini semakin sulit dan kompleks, karena banyaknya pelanggaran terhadap etika bisnis oleh para pelaku bisnis itu sendiri, sedangkan pelanggaran etika bisnis tersebut tidak dapat diselesaikan melalui jalur hukum karena sifatnya yang tidak mengikat secara hukum.

Kondisi etika bisnis di kalangan pengusaha Indonesia sangat memprihatinkan seperti misalnya tampak pada adanya keserakahan, kolusi, korupsi, dan nepotisme yang menyebabkan timbulnya pengusaha besar atau kelompok pengusaha besar atau konglomerat, yang mengalahkan pengusaha kecil dan konsumen. Timbullah praktek bisnis curang seperti monopoli, oligopoli, kartel, dan sebagainya.

Upaya ke arah terbentuknya persaingan sehat dan penegakan etika bisnis, telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dengan mengeluarkan dua buah undang-undang, yaitu Undang-Undang Anti Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Persaingan usaha yang sehat akan menjamin keseimbangan antara hak-hak produsen dan konsumen. Indikator dari persaingan sehat adalah tersedianya banyak produsen, harga pasar yang ditentukan berdasarkan keseimbangan antara permintaan dan penawaran, dan peluang yang sama dari setiap usaha, dalam bidang industri dan perdagangan.

Adanya persaingan usaha yang sehat, akan menguntungkan semua pihak termasuk konsumen dan pengusaha kecil, dan produsen sendiri, karena akan menghindari terjadinya konsentrasi kekuatan pada satu atau beberapa usaha tertentu. Tanpa kepastian hukum, maka mekanisme pasar akan terancam. Adanya hukum yang pasti akan memelihara ketertiban pasar dan menjamin transparansi pasar.

Tesis ini bertujuan untuk mengkaji relevansi etika bisnis dengan persaingan usaha di Indonesia, dan apa aspek hukum dari adanya persaingan tidak sehat terhadap konsumen dan pengusaha kecil lainnya. Juga bagaimana aspek hukum yang timbal dengan diundangkannya Undang-Undang Anti Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat dan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen yang akan diberlakukan

pada tahun 2000 yang akan datang. Penelitian ini bersifat yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.