

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Etika bisnis merupakan suatu topik yang mulai menarik perhatian masyarakat dunia sejak abad ke 20. Etika bisnis sebenarnya sudah mulai dibicarakan para ahli sejak abad ke 19, namun mulai menjadi sorotan publik sekitar abad ke-20 ketika banyak orang mulai menerapkannya pada perusahaan dan menjadi bahan pembicaraan hangat di mana-mana. Setelah itu sampai sekarang pun banyak peneliti dan para ahli yang mengungkapkan pendapat maupun teorinya tentang etika, bisnis, dan etika bisnis sebagai kesatuan.

Etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik-buruknya perilaku manusia. Bisnis adalah kegiatan ekonomis, hal-hal yang terjadi dalam kegiatan bisnis adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-mempekerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Etika bisnis adalah pemikiran atau refleksi kritis tentang moralitas dalam kegiatan ekonomi dan bisnis (K. Bertens, 2000, p. 5-35).

“Etika merupakan tindakan yang dianggap baik atau buruk dan merupakan prinsip tentang moralitas dari seseorang atau kelompok masyarakat di dalam kehidupannya” (Budi Saronto, 2005, p. 302). Etika bisnis merupakan alat bagi para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis mereka dengan lebih bertanggungjawab secara moral¹.

Bisnis adalah sesuatu yang memerlukan kemahiran dan pengetahuan yang berkaitan dengan budaya suatu masyarakat. Setiap masyarakat di seluruh dunia memiliki cara hidup, budaya, dan adat istiadat masing-masing, tidak terkecuali masyarakat Jepang. Masyarakat Jepang juga memiliki hal yang sama, memiliki

¹ Moral adalah ajaran baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, dsb (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua, 1993).

budaya dan adat-istiadat tersendiri. Jepang sebagai salah satu negara yang maju dalam bidang perekonomian, bisnis, maupun teknologi memiliki adat istiadat yang berbeda dengan negara lain, yang berpengaruh dalam manajemen dan etika bisnisnya. Banyak perusahaan Jepang yang menjadi perusahaan-perusahaan besar kelas dunia karena sistem manajemen dan etika bisnisnya yang baik. Dan rahasia dibalik kesuksesan mereka adalah orang-orang di balik perusahaan itu.

Di Jepang, ada seorang tokoh terkemuka dalam dunia elektrik yang pemikirannya -yang kemudian menjadi budaya perusahaan dalam sistem manajemennya- menjadi inspirasi bagi banyak orang hingga saat ini. Ia adalah Matsushita Konosuke, pendiri '*Matsushita Denki Sangyo Kabushiki Gaisha*' (Matsushita Electric yang kemudian berubah menjadi National dan kini menjadi Panasonic corp).

Matsushita Electric Industrial Ltd (MEI) menduduki urutan ke-59 deretan 500 Forbes Global 2007, dan masuk peringkat 20 teratas penjual semikonduktor dunia. Dengan pendapatan US\$88,9 miliar (Rp801 triliun) dan 328.645 orang pegawai, tahun 2008 MEI memasuki era baru perjuangan yang dimulai Matsushita Konosuke 89 tahun silam (Arry Ginanjar, 2008, para. 1).

Matsushita mengawali karirnya sebagai pegawai toko sepeda. Ia juga tidak tamat sekolah dasar. Tetapi berkat ketekunan dan keuletan serta semangat belajar yang tinggi, ia mulai membangun bisnisnya. Mula-mula ia membuat dan memasarkan sendiri lampu sepeda. Kemudian berkembang menjadi lampu, radio, televisi, lampu senter bahkan pesawat dan kapal laut. Matsushita Konosuke sebagai seorang pemimpin perusahaan yang memulai usahanya dari bawah, serta memiliki latar belakang kehidupan yang kurang (dari segi materi), memiliki pemikiran-pemikiran yang menjadi etika bisnisnya dalam menjalankan perusahaan. Pemikiran-pemikirannya ini dalam perkembangannya berubah menjadi budaya perusahaan dalam manajemen Matsushita Electric, dan menjadi rujukan bagi karyawan Panasonic corporation hingga saat ini.

Mengapa budaya perusahaannya dikagumi? Hal ini dikarenakan Matsushita Konosuke adalah seorang humanis² yang pemikiran-pemikirannya memiliki nilai humanisme. Matsushita tidak hanya menciptakan barang, dan memperoleh keuntungan usaha untuk diri dan keluarganya, tetapi juga untuk masyarakat.

Menurut situs resmi Panasonic, pada tahun 1929, Matsushita menciptakan Tujuan Dasar Manajemen dan Ketetapan Perusahaan (*the Basic Management Objective and Company Creed*) untuk memandu perkembangan Matsushita Electric.

Ia mengatakan tentang masa depan perusahaannya sebagai berikut: Our business is something entrusted to us by society. Therefore, we are duty-bound to manage and develop the company in an upstanding manner, contributing to the development of society and the improvement of people's lives ("The Founder Matsushita Konosuke", 2008). Artinya bahwa bisnis adalah sesuatu yang dipercayakan kepada kita oleh masyarakat. Oleh karena itu, kita diberi tugas untuk mengatur dan mengembangkan perusahaan dengan sebuah cara yang tulus, untuk mendukung perkembangan masyarakat dan peningkatan hidup masyarakat.

Matsushita berpendapat bahwa sebuah perusahaan tidak boleh menitikberatkan usahanya kepada keuntungan, tetapi harus memikirkan kemajuan masyarakat dan sebagai ucapan terima kasih dari usaha itu perusahaan tersebut layak mendapat keuntungan. Semuanya itu akan membuat perusahaan tersebut maju dan para pekerjanya dapat merasa senang dan nyaman (Okamoto & Takada, 1991, p. 128).

Demikian pendapat Matsushita mengenai tujuan utama perusahaannya, bahwa perusahaan tidak boleh mengutamakan keuntungan, keuntungan hanyalah merupakan hasil dari suatu kerja keras.

² Humanis adalah orang yang mendambakan dan memperjuangkan terwujudnya pergaulan hidup yang lebih baik, berdasarkan asas-asas perikemanusiaan (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua, 1993).

Matsushita juga berpendapat sebagai berikut: dalam pengelolaan perusahaan harus dipikirkan dengan cermat keseimbangan antara kode etik masyarakat, kemajuan produksi dalam negeri dan mengharapkan semuanya itu dapat memperbaiki kehidupan masyarakat luas. Kemajuan suatu perusahaan tidak akan terwujud tanpa ada kerjasama dari pegawai. Karena itu para pegawai diharapkan untuk saling menghargai satu sama lain, dan tidak boleh menanggung sendiri (Okamoto & Takada, 1991, p. 129).

Dengan berakhirnya Perang Dunia II, maka Jepang sebagai pihak yang kalah perang, harus tunduk pada aturan Sekutu pimpinan Amerika Serikat, yang mengharuskan demokratisasi dan demiliterisasi Jepang. Tindakan Sekutu di antaranya adalah pembubaran *zaibatsu* (konglomerasi) yang berkoalisi dengan pemerintah Jepang sejak sesudah masa Keshogunan Tokugawa. Dan perusahaan Matsushita ada dalam daftar pembubaran tersebut. Perusahaan Matsushita berusaha menghindari pembubaran itu dengan cara meyakinkan pemerintah pendudukan bahwa Matsushita berasal dari keluarga miskin *non-zaibatsu*, majikan yang penuh kebajikan, yang bertujuan memperbaiki kehidupan masyarakat. Hasil usaha tersebut, Matsushita lolos dari daftar penghapusan. Matsushita membuktikan diri sebagai pemimpin yang dicintai (Arry Ginanjar, 2008, para. 9-11).

Sedangkan mengenai sosok kepemimpinan Matsushita Konosuke, dikutip dari buku '*Matsushita: Lessons from the Life of the Twentieth Century's Most Remarkable Entrepreneur (1989)*', John Kotter mengatakan bahwa "Matsushita melakukan yang dilakukan oleh semua pemimpin besar, yakni memotivasi kelompok besar & individu untuk memperbaiki kondisi manusia" (Arry Ginanjar, 2008, para. 11).

Semua pemikiran Matsushita Konosuke dapat ditulis dalam sebuah kalimat "Be a humble merchant." Yang dimaksud dengan *humble* (rendah hati) ini adalah harus mendesain perusahaan, dan mengatur operasinya sedekat mungkin dengan pelanggan dan setanggap mungkin dengan yang mereka butuhkan, seperti pemilik toko skala kecil (Francis McInerney, 2007, p. 33).

Dari uraian latar belakang tersebut, dapat dilihat bahwa Matsushita Konosuke adalah seorang tokoh yang mempunyai pemikiran-pemikiran dengan nilai-nilai humanisme yang kemudian menjadi budaya perusahaan, etika dalam berbisnis, serta pandangan hidup yang mengantarkannya mencapai kesuksesan baik sebagai pemimpin perusahaan yang dicintai oleh karyawannya, maupun sebagai pebisnis di Jepang.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan minat saya untuk meneliti pemikiran Matsushita, maka masalah dalam skripsi ini adalah nilai-nilai humanisme pemikiran Matsushita Konosuke yang berkaitan dengan etika bisnis sebagai budaya perusahaan yang diterapkan dalam manajemen Matsushita Electric. Untuk menjawab permasalahan ini, saya mencoba mencari jawabannya dengan mengajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- Siapa dan bagaimana latar belakang kehidupan Matsushita Konosuke?
- Seperti apa dan bagaimana cara Matsushita Konosuke mencapai kesuksesannya dalam menjalankan Matsushita Electric?
- Apa saja nilai-nilai humanisme pemikiran Matsushita Konosuke yang berkaitan dengan etika bisnis sebagai budaya perusahaan yang diterapkan dalam manajemen Matsushita Electric?

1.3 Tujuan Penulisan

Sesuai dengan masalah yang dikemukakan, maka penulisan skripsi ini bertujuan untuk menjelaskan nilai-nilai humanisme pemikiran Matsushita Konosuke yang berkaitan dengan etika bisnis sebagai budaya perusahaan yang diterapkan dalam manajemen Matsushita Electric, yaitu dengan menjelaskan latar belakang kehidupan Matsushita Konosuke, menceritakan kesuksesannya dalam menjalankan Matsushita Electric, serta menguraikan nilai-nilai humanisme pemikiran Matsushita Konosuke yang berkaitan dengan etika bisnis yang diterapkan dalam Manajemen perusahaannya.

1.4 Metode Penulisan dan Sumber Data

Penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan dengan sifat penulisan deskriptif analisis. Deskriptif analisis digunakan karena penulis berusaha mendeskripsikan masalah berdasarkan analisa yang dilakukan. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan menggunakan sumber-sumber pustaka dalam bahasa Indonesia, Inggris dan Jepang. Sumber data utama yang digunakan adalah buku ‘Matsushita Konosuke Pegawai Toko Sepeda yang menjadi Raja Elektrik Jepang’ karya Bunryo Okamoto dan Isao Takada yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Oh Ayling, ‘日本の職業倫理’ (*Nihon no Shokugyou Rinri*) oleh Shimada Youko, ‘Panasonic The Largest Corporate Restructuring in History’ karya Francis McInerney dan beberapa buku lainnya.

1.5 Kerangka Teori

Teori yang dipakai penulis dalam skripsi ini adalah teori nilai oleh S.H. Schwartz dan W. Bilsky, yaitu :

“Values are desirable transsituational goal, varying in importance, that serve as guiding principles in the life of a person or other social entity. Five main features of values that are used as a common background for research on values are:

- (1) concepts or beliefs
- (2) that are desirable end states;
- (3) they transcend specific situations
- (4) and guide the evaluation of people, behavior and events, and finally
- (5) they are ordered in relative importance”

(Bilsky, W.; Schwartz, S.H, 1994, p. 21) .

Dalam teori ini dikatakan bahwa nilai adalah tujuan yang diinginkan dalam berbagai situasi, berdasarkan kepentingannya, yang dijalankan untuk memandu prinsip-prinsip hidup dari seseorang atau kesatuan sosial lainnya. Schwartz juga menjelaskan bahwa lima ciri-ciri yang dipakai untuk meneliti nilai adalah:

- (1) suatu konsep atau keyakinan,
- (2) berkaitan dengan cara bertingkah laku atau tujuan akhir tertentu,

- (3) melampaui situasi spesifik,
- (4) mengarahkan seleksi atau evaluasi terhadap tingkah laku, individu, dan kejadian-kejadian, serta
- (5) tersusun berdasarkan derajat kepentingannya.

Dalam teori nilai yang lain, Danandjaja (1985) mengemukakan bahwa nilai memberi arah pada sikap, keyakinan dan tingkah laku seseorang, serta memberi pedoman untuk memilih tingkah laku yang diinginkan pada setiap individu. Karenanya nilai berpengaruh pada tingkah laku sebagai dampak dari pembentukan sikap dan keyakinan, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai merupakan faktor penentu dalam berbagai tingkah laku sosial (Rokeach, 1973; Danandjaja, 1985).

Penulis akan memakai teori-teori ini untuk mengidentifikasi nilai-nilai dalam pemikiran Matsushita Konosuke, dan membuktikan bahwa nilai tersebut adalah nilai-nilai humanisme (kemanusiaan), mengacu pada defenisi humanisme dibawah ini:

“Humanism believes that the individual attains the good life by harmoniously combining personal satisfactions and continuous self-development with significant work and other activities that contribute to the welfare of the community” (Corliss Lamont, 1997).

Yaitu bahwa humanisme (perikemanusiaan) adalah suatu sikap dimana seseorang berkeyakinan berkeyakinan bahwa seorang individu dapat mencapai kehidupan yang baik dengan mengkombinasikan secara selaras kepuasan pribadi dengan pengembangan diri berkelanjutan melalui pekerjaan yang berarti (berfaedah) dan kegiatan-kegiatan lain yang berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat.

Selain itu penulis juga memakai defenisi-defenisi nilai, etika bisnis, budaya dan manajemen, seperti:

Nilai adalah “pengertian-pengertian yang dihayati seseorang mengenai hal yang lebih penting atau kurang penting, hal yang lebih baik atau kurang baik, dan hal yang lebih benar atau kurang benar” (Andreas A. Danandjaja, 1986, p. 22). Etika bisnis adalah “pemikiran atau refleksi kritis tentang moralitas dalam kegiatan ekonomi dan bisnis” (K. Bertens, 2000, p. 17).

Menurut Koentjaraningrat, seorang ahli budaya, pengertian budaya adalah daya budi berupa cipta, rasa dan karsa. Tingkat budaya dapat dibagi menjadi tiga: universal, kolektif (kelompok) dan individual. Budaya memiliki beberapa fungsi, seperti budaya sebagai identitas dan citra suatu masyarakat, sebagai pengikat suatu masyarakat, sebagai pola perilaku, sebagai kemampuan untuk membentuk nilai tambah, dan banyak fungsi yang lain (Koentjaraningrat, 1980).

Sedangkan definisi budaya perusahaan (Corporate Culture) secara sederhana dan kontekstual adalah serangkaian nilai (perusahaan) yang muncul dalam bentuk perilaku kolektif korporasi dan anggota organisasinya (Herry Tjahjono, 2007, p.4).

Yayat M. Herujito, penulis dan peneliti bidang sosial ekonomi Institut Pertanian Bogor, mengatakan bahwa: secara umum pengertian manajemen adalah pengelolaan suatu pekerjaan untuk memperoleh hasil dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan dengan cara menggerakkan orang-orang lain dalam bekerja (Yayat M. Herujito, 2001, p. 2).

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini akan dibagi menjadi 4 bab, dengan susunan sebagai berikut : Bab I berisi latar belakang, permasalahan, tujuan penulisan, metode penulisan, kerangka teori, dan sistematika penulisan. Bab II berisi latar belakang kehidupan Matsushita Konosuke, lahirnya cita-cita baru Matsushita Matsushita, dan kisah kesuksesan Matsushita Konosuke dan Matsushita Electric. Bab III berisi pengertian nilai, etika bisnis, budaya dan manajemen, dan nilai-nilai humanisme pemikiran Matsushita Konosuke yang berkaitan dengan etika bisnis sebagai budaya perusahaan yang diterapkan dalam manajemen Matsushita Eleectric. Bab IV berisi Kesimpulan.