

ETIKA DALAM BISNIS PARIWISATA

Era Agustina Yamini, S.E., M.Sc.
Universitas Aisyiyah Yogyakarta

Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos*, yang diartikan identik dengan moral atau moralitas. Moral atau moralitas adalah nilai yang dianut atau dipercaya keabsahannya di lingkungan masyarakat. Komitmen moral merupakan merupakan perwujudan nilai-nilai moral yang meliputi persaudaraan, kejujuran, kerjasama, kasih-sayang, kemurahan hati, tanggung-jawab, loyalitas, disiplin, integritas pribadi/integritas moral, pemberlakuan yang manusiawi. Dalam integritas pribadi setiap orang dituntut untuk mempunyai rasa malu, rasa bersalah, dan rasa menyesal.

Etika membahas nilai serta norma moral yang mengatur perilaku manusia baik sebagai individu atau kelompok dan institusi di dalam masyarakat. Sedangkan norma merupakan aturan atau konvensi yang diberlakukan di masyarakat baik secara tersurat atau tersirat (yang bersifat informal dan tradisional).

Terdapat pengertian etika menurut para ahli, antara lain:

1. Menurut Sorgarda Poerbakawatja, pengertian etika adalah suatu ilmu yang memberikan arahan, acuan, serta pijakan kepada suatu tindakan manusia.
2. K. Bertens mendefinisikan etika merupakan nilai dan norma moral yang menjadi suatu acuan bagi umat manusia, baik secara

individual atau kelompok dalam mengatur semua tingkah lakunya.

3. Drs. H. Burhanudin Salam menyatakan bahwa etika merupakan suatu cabang ilmu filsafat yang membahas nilai-nilai dan juga norma yang dapat menentukan suatu perilaku manusia ke dalam kehidupannya.

Berdasarkan pengertian dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa etika merupakan suatu hal yang erat kaitannya dengan hal-hal yang mengatur kegiatan sosial suatu individu dalam menjalani kehidupan untuk diri sendiri dan juga untuk sekitarnya. Dengan kata lain, etika berkenaan dengan hal-hal yang mengatur tindakan manusia dalam menjalankan kegiatan sehari-harinya, apakah masuk kedalam kategori baik atau kategori buruk.

Teori Etika

Terdapat beberapa klasifikasi teori etika dengan masing-masing pandangan yang berbeda dalam melihat etika, diantaranya:

1. **Teori etika normatif**, merupakan etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal dan seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia, serta tindakan yang memiliki nilai dalam hidup manusia. Etika normatif menjelaskan mengenai apa yang sebenarnya harus dilakukan oleh manusia sebagai makhluk sosial terhadap sekitarnya, dengan cara melakukan tindakan yang baik dan menghindari tindakan yang buruk.
2. **Teori etika deontologi**, merupakan etika yang memiliki pandangan bahwa penilaian baik atau buruknya suatu perilaku didasari pada penilaian oleh individu apakah tindakan yang

hendak dilakukan tersebut apakah tindakan yang baik sehingga memiliki manfaat atau merupakan tindakan buruk yang merugikan. Menurut Immanuel Kant (1724-1804) dalam Bertens (2000), bahwa melakukan tindakan baik merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh manusia.

3. **Teori etika teleologi, memandang bahwa nilai etika diukur dari** tujuan yang dicapai oleh pelaku kegiatan, artinya suatu perilaku akan dinilai baik jika bertujuan untuk kebaikan. Dalam pandangan teori teleologi ini, sesuatu yang akan dicapai adalah sesuatu yang baik dan mempunyai akibat yang baik. Contohnya, tindakan mencuri yang dilakukan seorang ayah yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, akan dipandang baik tanpa melihat fakta bahwa perilaku ayah tersebut masuk dalam kategori melanggar hukum. Namun, sebaliknya apabila tindakan tersebut tujuannya adalah untuk kejahatan, maka akan dinilai jahat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa etika teologi akan mengkategorikan suatu tindakan baik atau buruk tergantung dari situasi yang dihadapi. Dalam teori ini terdapat dua aliran, yaitu aliran egoism etis dan aliran utilitarianisme. Aliran egoisme etis memandang bahwa tindakan yang dilakukan setiap orang pada dasarnya untuk memenuhi hasrat atau kebutuhan pribadi serta menguntungkan diri sendiri. Sedangkan aliran utilitarianisme memandang bahwa suatu perbuatan adalah baik jika memberikan manfaat, namun manfaat tersebut harus berdampak tidak hanya untuk satu atau dua orang saja, namun untuk masyarakat luas.

Hubungan Etika dan Bisnis

Etika merupakan ilmu filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas mengenai standar dan penilaian moral. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. Bisnis merupakan kegiatan individu atau sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta memperoleh keuntungan melalui transaksi. Karena kegiatan bisnis ini da hubungannya dengan orang lain, sehingga diperlukan etika dalam menjalankannya.

Etika bisnis merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan bisnis mencakup seluruh aspek dalam bisnis yang memiliki hubungan baik secara individu, organisasi (perusahaan) ataupun masyarakat dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara menyeluruh dalam aspek bisnis dan kehidupan sosial. Sehingga, segala tindakan yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam mencapai tujuannya menitikberatkan kepentingan sosial, serta memperhatikan adat, budaya dan fenomena sosial.

Bisnis Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan bisnis yang pergerakannya cukup cepat serta melibatkan banyak pihak yang keberadaannya mempengaruhi keberlangsungan hidup berbagai sektor bisnis. Menurut Megawati (2021) terdapat beberapa peran penting bisnis pariwisata, antara lain:

1. Pariwisata memberikan ruang bagi setiap orang untuk saling memahami dan menghormati
2. Kawasan pariwisata menjadi sarana bagi setiap individu maupun masyarakat umum untuk memenuhi kebutuhannya

3. Pariwisata merupakan pendukung pembangunan berkelanjutan
4. Pariwisata mendorong pengembangan warisan budaya

Berdasarkan penjelasan peran penting pariwisata di atas, maka terlihat pentingnya pariwisata yang berkelanjutan bagi suatu wilayah, sehingga diharapkan bisnis pariwisata terus mendapatkan perhatian dan inovasi dari masa ke masa. Inovasi dalam industri pariwisata memunculkan tantangan baru bagi pelaku usaha, yaitu mengenai etika dalam bisnis pariwisata. Etika tersebut misalnya seperti, bagaimana standar kesehatan untuk produk makanan dan minuman, pola konsumsi masyarakat yang berubah dampak dari hadirnya wisatawan asing, serta eksploitasi sumber daya alam yang berubah.

Etika dalam Bisnis Pariwisata

Bisnis pariwisata menjadi penggerak utama ekonomi yang telah diakui di seluruh dunia. Namun, hal tersebut juga membawa dampak negatif bagi lingkungan, sehingga perlu untuk disadari pentingnya etika pada bisnis pariwisata (Khan, 2014). Etika menjadi komponen penting dalam bisnis pariwisata dalam 10 tahun terkakhir, karena ketika bisnis pariwisata tidak mengedepankan etika dalam menjalankan bisnisnya, akan berpengaruh pada keberlanjutannya.

Lembaga industri pariwisata kelas dunia, *United Nations World Tourism Organization* membentuk lembaga amal yaitu *Global Code of Ethics for Tourism* (GCET) dengan tujuan untuk dapat mewujudkan kegiatan wisata yang beretika dan meminimalisir dampak negatif kegiatan pariwisata, baik dari penyelenggara maupun dari wisatawan itu sendiri. GCET memberikan prinsip-prinsip pada bisnis pariwisata, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Pariwisata ikut berkontribusi dalam toleransi dan saling menghormati antar bangsa
2. Pariwisata merupakan media yang dapat dimanfaatkan secara individu ataupun kelompok sebagai pemenuhan kebutuhan
3. Pariwisata merupakan sektor yang mempengaruhi keberlanjutan
4. Pariwisata merupakan kegiatan yang banyak menggunakan warisan budaya, sehingga diharapkan untuk menjaga kelestariannya
5. Hak bagi pekerja bidang pariwisata dan pelaku bisnis pariwisata
6. Media dapat digunakan pada bisnis pariwisata, karena dapat membantu kegiatan promosi, namun diharapkan untuk digunakan dengan hati-hati

Etika dalam kegiatan bisnis pariwisata menjadi hal penting yang patut untuk diterapkan, mengingat kegiatan bisnis ini membawa pengaruh yang memberikan dampak, tidak hanya pada sektor ekonomi, namun juga pada sosial, budaya serta lingkungan. Berbagai etika harus diperhatikan, misalnya dalam etika kepada konsumen, etika dalam bermedia, serta etika dalam menyikapi lingkungan sekitar tempat wisata (Khan, 2014). Selain etika yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis pariwisata, etika juga perlu dimiliki oleh para wisatawan, seperti perilaku atau tindakan para wisatawan selama berlibur yang diharapkan tidak membawa dampak buruk bagi lingkungan tempat yang dikunjungi, masyarakat sekitar dan lingkungan sosial.

Etika bisnis pariwisata tidak hanya berfokus pada bagaimana para pelaku bisnis tersebut melaksanakan kegiatan bisnisnya dan juga bagaimana etika wisatawan selama berwisata. Etika bisnis pariwisata

juga diharapkan fokus pada karyawan yang bekerja pada industri tersebut, karena bisnis pariwisata merupakan sektor yang musiman. Artinya, industry dikenal sering memutuskan hubungan kerja dengan karyawan bila menghadapi kondisi-kondisi tertentu yang menyebabkan turunnya jumlah wisatawan (Khan, 2014).

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, P. (2019). *Etika Bisnis: Suatu Pendekatan dan Aplikasinya terhadap Stakeholders*. CV IRDH: Malang.
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C. (2019). "Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality," *Journal of Service Management*, Vol. 30 No 4, pp. 484-506.
- Khan, S. (2014). "Tourism Business: An Ethical Dimension," *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, vol. 7, no. 2, pp. 63-70.
- Mahariani, E. (2020). *Manajemen Pariwisata*. Widina Bakti Persada: Bandung.
- Megawati, V. ; Pratono, A. H.; Mulya, T.W.; Prima, D.A (2021). "Membangun Etika Bisnis dalam Industri Pariwisata Melalui Program Pengabdian Masyarakat di Ketapanrame, Mojokerto, Jawa Timur," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Abdimasku*, vol. 4,no. 3, pp. 311-319.
- Myung, E. (2018). "Progress in Hospitality Ethics Research: A Review and Implications for Future Research," *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol 19 No 1, pp. 26-51. 2018
- Reynolds, D. (2000). "An Exploratory Investigation Into Behaviourally Based Success Characteristics of Food Service Managers". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol 24 No 1, pp. 92-103.
- Widyani, A. A. D. (2020). *Etika Bisnis: Perspektif Teori dan Praktis*. CV Noah Aletheia: Bali.

Biodata Penulis**Era Agustina Yamini, S.E., M.Sc.**

Penulis lahir di Mataram, 22 Agustus 1991 yang memulai pengetahuannya pada bidang Manajemen pada tahun 2009 melalui jenjang S1 pada program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram. Setelah menempuh jenjang S-1, penulis melanjutkan pendidikannya ke jenjang S-2 pada program Magister Sains Manajemen Universitas Gadjah Mada. Penulis mengambil fokus pada Manajemen Pemasaran, dan beberapa penelitian yang dilakukan adalah menitikberatkan pada perilaku konsumen. Penulis fokus meneliti pada bidang pariwisata pada dua tahun terakhir. Saat ini penulis aktif sebagai dosen program studi Manajemen di Universitas Aisyiyah (UNISA) Yogyakarta dan juga menjadi pengelola unit usaha UNISA Yogyakarta.

Email Penulis: eraakhair22@gmail.com