



STIPRAM

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta



SURAT TUGAS

No: 89/ST/A.1/STIPRAM/VI/2020

Ketua Program Studi S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta,
menugaskan kepada:

NO	NAMA	NIDN	MATA KULIAH	BAHAN AJAR
1.	Fitria Novianti, S.Psi., M.B.A., CHE.	0503118001	Professional Ethics	Bahan Ajar Professional Ethics

Sebagai tim penyusun Bahan Ajar di Program Studi S1 Pariwisata untuk semester Ganjil 2020/2021

Demikian surat tugas ini diberikan agar dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dan
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Juni 2020

Ketua Program Studi S1 Pariwisata



Moch. Nur Syamsu, S.Pt, M.Par, CHE, CGSP

NIDN: 0506036302

Jl. Ahmad Yani Ring Road Timur Banguntapan Bantul Yogyakarta

Telp. (0274) 485650 | WA : 0822 2507 7212

Email : stipram@yahoo.com, stipram@gmail.com | Web : www.stipram.ac.id Fb : Stipram Yogyakarta

IG : pmb.stipram | Email Pmb : pmbstipram@gmail.com

ETIKA PROFESI

PENGANTAR DASAR-DASAR ETIKA PRAKTIS



FITRIA NOVIATI

DAFTAR ISI

Bab 1 – Pengantar Etika.....	3
1.1 Relevansi Studi Etika dalam Dunia Profesional.....	3
1.2 Miskonsepsi Umum Tentang Etika.....	3
1.3 Apa Itu Etika?	4
1.4 Konsekuensi Pelanggaran Etika.....	4
1.5 Studi Kasus Reflektif.....	5
1.6 Penutup.....	5
Bab 2 – Teori Etika Normatif.....	6
2.1 Pendahuluan: Mengapa Kita Butuh Teori Etika?	6
2.2 Konsekuensialisme: Menimbang Hasil.....	6
a. Utilitarianisme.....	6
b. Common Good.....	7
2.3 Deontologi: Prinsip dan Kewajiban Moral.....	7
a. Teori Hak.....	7
b. Teori Keadilan.....	8
2.4 Etika Kebajikan: Karakter sebagai Kompas Moral.....	8
2.5 Refleksi Kasus Nyata: Teori dalam Praktik.....	9
2.6 Penutup: Tidak Ada Teori yang Sempurna.....	9
Bab 3 – Etika Profesi dan Kode Etik.....	10
3.1 Pengertian Etika Profesi.....	10
3.2 Fungsi Kode Etik dalam Dunia Kerja.....	10
3.3 Prinsip Umum Etika Profesi.....	11
3.4 Penerapan Kode Etik di Berbagai Sektor.....	11
a. Bidang Hukum.....	11
b. Perhotelan dan Pariwisata.....	11
c. Pemasaran dan Penjualan.....	11
d. Teknologi Informasi.....	12
3.5 Tantangan dalam Menegakkan Etika Profesi.....	12
3.6 Studi Kasus Singkat	12
3.7 Penutup.....	13
Bab 4 – Etika dan Tanggung Jawab Sosial.....	14
4.1 Pengantar: Mengapa Tanggung Jawab Sosial Itu Etis?	14
4.2 Definisi dan Ruang Lingkup CSR.....	14
4.3 Stakeholder: Siapa yang Harus Dilindungi?	15
4.4 Praktik CSR dalam Dunia Nyata.....	15

a. Bidang Perhotelan dan Pariwisata.....	15
b. Bidang Korporasi Umum.....	15
4.5 Tantangan dalam Implementasi CSR.....	16
4.6 Prinsip Etika dalam CSR.....	16
4.7 Refleksi Etis: CSR atau Citra?.....	16
4.8 Penutup.....	17
Bab 5 – Etika dalam Sektor Pariwisata.....	18
5.1 Keunikan Etika dalam Industri Pariwisata.....	18
5.2 Prinsip Etika Kepariwisataaan Dunia.....	18
5.3 Tantangan Etis dalam Pariwisata Modern.....	18
5.4 Penerapan Etika dalam Praktik Pariwisata.....	19
a. Agen Perjalanan dan Tour Operator.....	19
b. Hotel dan Akomodasi.....	19
c. Pemerintah dan Regulator.....	20
d. Wisatawan.....	20
5.5 Etika Wisata Berkelanjutan.....	20
5.6 Refleksi Etis: Dilema di Lapangan.....	20
5.7 Penutup.....	21
Glosarium Istilah.....	22
Daftar Pustaka	23

BAB 1: PENGANTAR ETIKA

1.1 Relevansi Studi Etika dalam Dunia Profesional

Etika menjadi landasan penting dalam praktik profesional, terlebih di dunia yang kompleks dan terus berubah seperti saat ini. Pertanyaan seperti “Siapa yang pantas diselamatkan saat alat medis terbatas?” atau “Apakah kendaraan otonom boleh mengorbankan satu nyawa untuk menyelamatkan lima?” bukan sekadar spekulasi, tetapi dilema nyata yang membutuhkan kerangka etik untuk diselesaikan.

Pandemi global COVID-19 adalah salah satu contoh paling nyata yang menyoroti pen

tingnya etika: saat sumber daya kesehatan terbatas, siapa yang harus diprioritaskan untuk mendapatkan ventilator? Anak-anak? Lansia? Mereka yang punya harapan hidup lebih besar? Pertanyaan-pertanyaan ini tidak bisa dijawab hanya dengan angka, tapi dengan pertimbangan moral yang sistematis.

Etika profesional tidak hanya penting dalam keputusan besar, tapi juga dalam hal sehari-hari: apakah boleh berbohong demi kebaikan? Apakah menyembunyikan informasi demi menyelamatkan tim bisa dibenarkan? Dalam konteks pariwisata, apakah promosi destinasi tanpa menyebut dampak ekologisnya termasuk pelanggaran etika?

1.2 Miskonsepsi Umum Tentang Etika

Seringkali, masyarakat menganggap bahwa etika adalah:

- 1. Masalah perasaan:**
→ Padahal, mengikuti perasaan belum tentu menghasilkan tindakan etis. Perasaan bisa menyesatkan.
- 2. Masalah agama:**
→ Agama memang mengandung nilai-nilai etika tinggi, namun etika juga berlaku universal, termasuk bagi yang tidak menganut agama.

3. **Soal taat hukum:**

→ Tidak semua yang legal itu etis. Contoh: hukum apartheid di Afrika Selatan adalah sah, tapi sangat tidak etis.

4. **Apa yang diterima masyarakat:**

→ Konsensus sosial bisa berubah dan tidak selalu sejalan dengan standar moral yang benar. Misalnya, diskriminasi yang dulunya dianggap wajar.

Miskonsepsi ini perlu disingkirkan agar mahasiswa dapat memandang etika secara objektif dan rasional.

1.3 Apa Itu Etika?

Menurut Velasquez (2014), etika memiliki dua makna utama:

1. **Etika sebagai standar benar dan salah** yang:

- Didasarkan pada alasan yang kuat,
- Melibatkan nilai-nilai moral seperti keadilan, hak dan kewajiban, manfaat sosial, dan kebajikan seperti kejujuran dan belas kasih.

2. **Etika sebagai studi tentang standar moral**, yakni:

- Telaah kritis terhadap standar moral untuk memastikan bahwa standar tersebut masuk akal dan dapat diterapkan secara adil dalam kehidupan nyata.

Peter Singer (1985), seorang filsuf Australia, menambahkan bahwa etika bukan sekadar fakta, melainkan analisis normatif yang digunakan untuk memahami dan menilai persoalan moral praktis.

Dengan kata lain, etika adalah ilmu reflektif yang bertujuan untuk menjawab: “Apa yang seharusnya saya lakukan?”—bukan hanya “Apa yang saya rasakan benar?”

1.4 Konsekuensi Pelanggaran Etika

Pelanggaran terhadap etika profesional memiliki dampak besar bagi:

1. Individu / Profesional

- **Legal:** Pelanggaran bisa berujung pada tuntutan hukum (misalnya, penggelapan data, pemalsuan laporan).
- **Sosial:** Kehilangan kepercayaan, reputasi tercemar.
- **Profesional:** Diberhentikan dari pekerjaan, kehilangan lisensi profesi.

- **Psikologis:** Timbul rasa bersalah, krisis moral, dan beban psikologis.

2. Perusahaan / Organisasi

- **Keuangan:** Kerugian finansial akibat boikot, denda, atau kehilangan investor.
- **Reputasi:** Krisis kepercayaan publik, kerusakan merek.
- **Legal:** Dikenai sanksi hukum (misalnya, kasus BP Oil Spill).
- **Sumber daya manusia:** Menurunnya motivasi karyawan dan meningkatnya turnover.

Contoh: Skandal perusahaan Enron yang memalsukan laporan keuangan berdampak besar terhadap ekonomi, reputasi profesi akuntansi, dan menimbulkan kerugian miliaran dolar.

1.5 Studi Kasus Reflektif

Kasus 1: Organ untuk Empat Pasien

Seorang pasien sehat tiba di rumah sakit dan satu organnya bisa menyelamatkan empat pasien lain yang sakit keras. Apakah mengambil organ pasien sehat tanpa izinnya bisa dibenarkan? Jawaban yang etis tergantung pada prinsip moral apa yang digunakan: utilitarianisme, hak individu, atau keadilan?

Kasus 2: Berbohong pada Pembunuh

Jika Anda tahu keberadaan seseorang yang sedang dikejar pembunuh dan pembunuh itu bertanya pada Anda—apakah Anda akan berbohong? Atau mengatakan yang sebenarnya demi ketaatan pada prinsip “jujur”? Ini menggambarkan konflik antara kejujuran dan perlindungan jiwa.

1.6 Penutup

Etika bukan hanya teori. Ia adalah panduan praktis dalam menghadapi dilema kompleks di dunia profesional. Untuk itu, mahasiswa perlu membangun kerangka berpikir yang kritis, mempertanyakan standar yang ada, dan memahami bahwa yang etis belum tentu selalu populer, nyaman, atau legal.

Dalam bab-bab berikutnya, kita akan mempelajari teori-teori etika normatif (utilitarianisme, hak, keadilan, dan kebajikan), serta bagaimana teori-teori tersebut diaplikasikan secara nyata dalam profesi dan sektor pariwisata.

BAB 2: TEORI ETIKA NORMATIF

2.1 Pendahuluan: Mengapa Kita Butuh Teori Etika?

Dalam menghadapi dilema moral, intuisi saja tidak cukup. Kita membutuhkan kerangka berpikir sistematis yang membantu menilai apakah suatu tindakan benar atau salah secara moral. Di sinilah peran teori etika normatif—teori yang menjelaskan **prinsip-prinsip umum** yang dapat digunakan untuk menilai tindakan atau keputusan.

Tiga pendekatan utama dalam etika normatif adalah:

1. **Konsekuensialisme** – menilai tindakan berdasarkan akibatnya
2. **Deontologi** – menilai tindakan berdasarkan prinsip atau kewajiban
3. **Etika Kebajikan (Virtue Ethics)** – menilai tindakan berdasarkan karakter pelakunya

Ketiga pendekatan ini akan kita bahas satu per satu.

2.2 Konsekuensialisme: Menimbang Hasil

Konsekuensialisme adalah teori yang menyatakan bahwa **etika suatu tindakan ditentukan oleh konsekuensinya**. Tindakan dianggap benar jika menghasilkan kebaikan terbesar bagi sebanyak mungkin orang.

a. Utilitarianisme (Jeremy Bentham, John Stuart Mill)

Utilitarianisme adalah bentuk paling dikenal dari konsekuensialisme. Prinsip utamanya adalah:

“Tindakan yang benar adalah yang menghasilkan kebahagiaan terbesar bagi jumlah orang terbanyak.”

Contoh penerapan:

- Dalam situasi rumah sakit dengan satu ventilator dan tiga pasien: siapa yang paling besar peluangnya untuk selamat? Utilitarianisme akan memprioritaskan pasien yang paling mungkin sembuh total agar manfaat total maksimal.

b. Common Good (Kebaikan Bersama)

Mirip dengan utilitarianisme, pendekatan ini menekankan pentingnya dampak **kolektif**, terutama dalam konteks sosial dan institusional.

Contoh:

- Kebijakan menutup akses pariwisata ke kawasan sensitif demi melindungi lingkungan, meskipun berdampak pada pelaku usaha jangka pendek, demi kesejahteraan jangka panjang komunitas.

Kritik:

Konsekuensialisme bisa mengorbankan hak individu. Misalnya, membunuh satu orang sehat untuk menyelamatkan empat orang sakit (dalam kasus transplantasi organ) secara utilitarian bisa dianggap benar, tetapi secara moral banyak yang merasa itu salah.

2.3 Deontologi: Prinsip dan Kewajiban Moral

Deontologi (berasal dari bahasa Yunani *deon* = kewajiban) menyatakan bahwa **tindakan benar ditentukan oleh apakah ia mematuhi prinsip moral**, bukan semata-mata hasilnya.

a. Teori Hak (Rights Theory)

Setiap manusia memiliki hak moral dasar yang tidak boleh dilanggar, seperti:

- Hak untuk hidup
- Hak atas kebebasan
- Hak atas privasi dan keamanan

“Etis adalah yang menghormati dan melindungi hak-hak individu.”

Contoh:

- Seorang profesional TI menolak menyerahkan data pribadi pelanggan meskipun manajemen memintanya demi keuntungan. Alasannya: data tersebut dilindungi hak privasi individu.

b. Teori Keadilan (Justice Theory)

Tindakan dinilai etis jika **adil**. Keadilan mengacu pada:

- Perlakuan yang setara bagi semua,
- Pembagian manfaat dan beban secara adil,
- Prosedur yang transparan dan tidak diskriminatif.

“Etis adalah yang mewujudkan keadilan antar individu.”

Contoh:

- Dalam perekrutan tenaga kerja di sektor pariwisata, memberikan peluang setara tanpa diskriminasi ras, gender, atau agama adalah bentuk penerapan prinsip keadilan.

Kritik:

Kadang deontologi terlalu kaku. Misalnya, mengatakan kebenaran kepada pembunuh yang mencari korbannya—benar secara prinsip, tapi fatal dalam konsekuensinya.

2.4 Etika Kebajikan: Karakter sebagai Kompas Moral

Berbeda dengan dua teori sebelumnya yang fokus pada **tindakan**, etika kebajikan menekankan pada **karakter moral pelaku**. Intinya: orang yang baik akan cenderung melakukan tindakan yang benar.

Tokoh dan Nilai-Nilai Utama:

- Plato, Aristoteles, Konfusius
- Kebajikan utama: kejujuran, keberanian, kesabaran, integritas, empati

“Etika adalah tentang membentuk karakter mulia yang menjadi dasar bagi perilaku baik.”

Contoh:

- Seorang pemandu wisata yang jujur menginformasikan risiko cuaca ekstrem kepada wisatawan meskipun itu berarti kehilangan penghasilan.

Etika kebajikan relevan dalam profesi karena:

- Menekankan integritas jangka panjang,
 - Mendorong konsistensi moral dalam berbagai situasi.
-

2.5 Refleksi Kasus Nyata: Teori dalam Praktik

Kasus 1: The Trolley Problem

Kereta tak terkendali akan menabrak 5 orang. Anda bisa menarik tuas agar kereta dialihkan ke jalur lain, yang akan menabrak 1 orang. Apa pilihan Anda?

- **Utilitarianisme:** Tarik tuas (1 korban lebih baik daripada 5)
- **Deontologi:** Tidak menarik tuas (melanggar hak hidup 1 orang)
- **Etika kebajikan:** Bergantung pada niat dan karakter: apakah saya ingin bertindak sebagai penyelamat atau tidak menyakiti siapa pun?

Kasus 2: Berbohong untuk Menyelamatkan Nyawa

Seorang pembunuh bertanya pada Anda di mana korban bersembunyi. Anda tahu tempatnya.

- **Deontologi:** Tidak boleh berbohong
- **Utilitarianisme:** Berbohong demi menyelamatkan korban
- **Etika kebajikan:** Orang yang bijak dan berbelas kasih akan memilih tindakan yang melindungi hidup

2.6 Penutup: Tidak Ada Teori yang Sempurna

Tidak ada satu teori pun yang dapat menjawab semua dilema moral secara sempurna. Namun, dengan memahami ketiga pendekatan ini, kita memiliki **alat analisis moral** yang lebih kuat untuk menghadapi dilema dalam dunia profesional.

Dalam bab-bab berikutnya, kita akan melihat bagaimana prinsip-prinsip etika ini diterapkan dalam konteks yang lebih spesifik, termasuk etika profesi, tanggung jawab sosial perusahaan, dan sektor pariwisata.

BAB 3:

ETIKA PROFESI DAN KODE ETIK

3.1 Pengertian Etika Profesi

Etika profesi adalah seperangkat prinsip moral yang mengatur perilaku individu dalam menjalankan tugas profesionalnya. Etika ini tidak hanya berasal dari hukum atau norma sosial, tetapi dari komitmen profesional untuk menjaga integritas, kejujuran, dan tanggung jawab terhadap klien, organisasi, serta masyarakat luas.

“Etika profesi adalah bentuk moralitas yang dilembagakan.”
(Velasquez, 2014)

Etika profesi bertindak sebagai pengarah keputusan saat terjadi konflik kepentingan, tekanan eksternal, atau ambiguitas moral dalam praktik kerja. Ia membantu para profesional memilih tindakan yang tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga benar secara moral.

3.2 Fungsi Kode Etik dalam Dunia Kerja

Kode etik merupakan rumusan formal dari prinsip etika yang diterapkan dalam suatu profesi atau organisasi. Fungsi kode etik meliputi:

1. **Pedoman Perilaku Moral:**
Menyediakan standar minimum dan ideal untuk perilaku profesional.
 2. **Melindungi Publik dan Klien:**
Mencegah penyalahgunaan wewenang oleh profesional terhadap pihak yang lebih lemah atau kurang informasi.
 3. **Membangun Reputasi dan Kepercayaan Publik:**
Organisasi dengan kode etik yang kuat cenderung lebih dipercaya.
 4. **Menjadi Alat Refleksi dan Evaluasi Moral:**
Membantu profesional menilai apakah suatu tindakan selaras dengan nilai-nilai profesinya.
 5. **Mengatur Sanksi dan Tindakan Disiplin:**
Bila terjadi pelanggaran, kode etik menjadi dasar penegakan sanksi internal.
-

3.3 Prinsip Umum Etika Profesi

Kode etik pada dasarnya dibangun di atas prinsip-prinsip moral umum yang berlaku lintas profesi:

1. **Tanggung Jawab (Responsibility)**
Setiap profesional bertanggung jawab atas dampak dari keputusan dan tindakannya.
2. **Integritas**
Kejujuran dan konsistensi antara nilai yang diucapkan dan tindakan nyata.
3. **Kompetensi dan Profesionalisme**
Melakukan tugas sesuai dengan standar teknis dan moral profesinya.
4. **Keadilan**
Bersikap adil terhadap klien, kolega, dan pihak lain tanpa diskriminasi.
5. **Kerahasiaan**
Menjaga informasi pribadi atau rahasia klien dan organisasi.
6. **Menghindari Konflik Kepentingan**
Tidak membiarkan kepentingan pribadi mengganggu objektivitas profesional.

3.4 Penerapan Kode Etik di Berbagai Sektor

a. Bidang Hukum

- Menghindari manipulasi fakta atau pemalsuan bukti.
- Memberi bantuan hukum tanpa membedakan ras, gender, atau ekonomi.
- Menolak suap atau tekanan yang dapat memengaruhi objektivitas.

b. Perhotelan dan Pariwisata

- Menyampaikan informasi jujur terkait layanan, harga, dan risiko.
- Menjunjung tinggi nilai budaya lokal dan tidak merusak lingkungan.
- Melayani semua tamu dengan adil dan sopan, tanpa diskriminasi.

Kode Etik Kepariwisata Dunia (UNWTO, 1999) menekankan hal berikut: "Kepariwisata harus dilakukan dengan menghormati tradisi, hukum, dan masyarakat lokal, serta melindungi lingkungan dan hak-hak wisatawan maupun warga lokal."

c. Pemasaran dan Penjualan

- Tidak menyesatkan konsumen dengan iklan palsu.

- Tidak mengeksploitasi kelemahan atau ketidaktahuan konsumen.
- Menjaga transparansi dalam sistem diskon, pengembalian barang, dan layanan pasca-pembelian.

d. Teknologi Informasi

- Melindungi privasi dan data pengguna.
- Menolak penggunaan teknologi untuk penipuan atau manipulasi.
- Menghindari praktik monopoli atau pelanggaran hak cipta.

3.5 Tantangan dalam Menegakkan Etika Profesi

Beberapa tantangan yang umum dihadapi dalam pelaksanaan etika profesi antara lain:

- **Tekanan Institusional:** Tuntutan target atau keuntungan bisa mendorong profesional untuk melanggar etika.
- **Ambiguitas Moral:** Tidak semua situasi memiliki jawaban yang jelas.
- **Budaya Organisasi yang Toksik:** Bila norma kolektif justru mendorong pelanggaran etika.
- **Ketakutan akan Sanksi atau Kehilangan Pekerjaan:** Membuat individu enggan bersikap jujur atau menjadi whistleblower.

3.6 Studi Kasus Singkat:

Kasus Enron (2001):

Perusahaan energi Enron menyembunyikan kerugian miliaran dolar melalui manipulasi laporan keuangan. Akuntan dan eksekutifnya melanggar prinsip transparansi dan akuntabilitas. Skandal ini menyebabkan kebangkrutan dan hilangnya ribuan pekerjaan.

Kasus: Perhotelan dan Wisata Seks Komersial:

Dalam *Kode Etik Kepariwisata Dunia*, disebutkan larangan eksploitasi seksual anak dan perdagangan manusia. Namun di beberapa destinasi, sektor pariwisata menjadi pintu masuk praktik tidak etis ini jika tidak dikontrol secara ketat. Pelaku wisata yang menutup mata terhadap kejahatan ini berarti turut serta melanggengkan ketidakadilan dan pelanggaran HAM.

3.7 Penutup

Etika profesi dan kode etik bukan sekadar formalitas, tetapi instrumen penting untuk membentuk praktik kerja yang bertanggung jawab, adil, dan berintegritas. Dalam dunia profesional yang makin kompetitif dan kompleks, kemampuan untuk bertindak secara etis adalah salah satu kompetensi utama yang menentukan kualitas seseorang sebagai profesional sejati.

Dalam bab selanjutnya, kita akan membahas secara lebih luas hubungan antara **etika dan tanggung jawab sosial**, termasuk konsep CSR dan praktik bisnis berkelanjutan.

BAB 4:

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

4.1 Pengantar: Mengapa Tanggung Jawab Sosial Itu Etis?

Dalam dunia yang semakin saling terhubung, organisasi tidak dapat lagi beroperasi hanya untuk mengejar laba. Ada harapan dari masyarakat bahwa bisnis juga bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial, ekologis, dan moral tempat mereka beroperasi.

Etika dan tanggung jawab sosial (Corporate Social Responsibility/CSR) saling berkaitan. CSR adalah manifestasi konkret dari etika bisnis—praktik moral yang melampaui kepatuhan hukum dan fokus pada kebaikan bersama.

Sebagaimana ditegaskan oleh Velasquez (2014), perusahaan adalah bagian dari masyarakat. Oleh karena itu, mereka memiliki kewajiban moral untuk tidak hanya "tidak merugikan", tetapi juga **berkontribusi terhadap kesejahteraan umum (common good)**.

4.2 Definisi dan Ruang Lingkup CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen organisasi untuk:

1. Bertindak secara etis dan transparan
2. Melindungi kepentingan pemangku kepentingan (stakeholders)
3. Berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan

CSR mencakup:

- **Tanggung jawab ekonomi:** Menjalankan bisnis secara efisien dan berkelanjutan
 - **Tanggung jawab legal:** Mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku
 - **Tanggung jawab etis:** Menghindari tindakan yang merugikan, meskipun legal
 - **Tanggung jawab filantropis:** Menyumbang untuk kegiatan sosial, pendidikan, kesehatan, lingkungan
-

4.3 Stakeholder: Siapa yang Harus Dilindungi?

Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham (shareholders), tetapi juga terhadap semua pihak yang terlibat atau terdampak oleh aktivitasnya.

Pemangku kepentingan meliputi:

- Karyawan
- Konsumen
- Pemasok
- Komunitas lokal
- Lingkungan alam
- Pemerintah
- Media dan masyarakat luas

“Perusahaan yang etis adalah perusahaan yang mempertimbangkan dampaknya terhadap semua pihak, bukan hanya profit.”
(Velasquez, 2014)

4.4 Praktik CSR dalam Dunia Nyata

a. Bidang Perhotelan dan Pariwisata

Pariwisata yang tidak etis bisa berdampak buruk: eksploitasi budaya lokal, penggusuran masyarakat, kerusakan lingkungan, hingga perdagangan manusia.

Kode Etik Kepariwisataan Dunia (UNWTO) menekankan:

- Penghormatan terhadap masyarakat lokal
- Pelestarian lingkungan dan warisan budaya
- Perlawanan terhadap pariwisata seksual dan eksploitasi anak
- Pendidikan etis bagi wisatawan dan pelaku industri

Contoh praktik CSR sektor ini:

- Hotel yang mempekerjakan warga lokal dan menggunakan produk lokal
- Travel agency yang menyumbangkan sebagian keuntungan untuk konservasi
- Pemandu wisata yang mengedukasi wisatawan tentang budaya dan adat setempat

b. Bidang Korporasi Umum

Contoh perusahaan seperti **Merck** yang mengembangkan obat Mectizan untuk pengobatan *river blindness* tanpa keuntungan finansial adalah contoh etika yang dapat mendorong CSR yang semestinya.

4.5 Tantangan dalam Implementasi CSR

Walau CSR terlihat ideal, implementasinya dihadapkan pada berbagai tantangan:

1. **Greenwashing (pencitraan palsu)**

Banyak perusahaan memasarkan citra ramah lingkungan secara berlebihan tanpa praktik nyata yang etis.

2. **Konflik dengan Kepentingan Bisnis**

Investasi dalam CSR sering dianggap mengurangi laba jangka pendek. Hal ini membuat manajemen menunda atau melemahkan program tanggung jawab sosial.

3. **Minimnya Akuntabilitas**

Tanpa pengawasan atau sistem audit etika, program CSR bisa hanya menjadi formalitas.

4. **Ambiguitas Moral**

Misalnya: Apakah perusahaan boleh mem-PHK karyawan demi menjaga keberlanjutan perusahaan jangka panjang?

4.6 Prinsip Etika dalam CSR

CSR yang benar harus dibangun di atas fondasi etika normatif:

- **Utilitarianisme:** CSR harus menghasilkan dampak maksimal yang bermanfaat bagi masyarakat luas.
 - **Hak dan Keadilan:** Program sosial perusahaan harus melindungi hak dan memperlakukan semua pemangku kepentingan secara adil.
 - **Etika Kebajikan:** CSR harus lahir dari karakter dan niat baik perusahaan, bukan sekadar strategi pemasaran.
-

4.7 Refleksi Etis: CSR atau Citra?

Pertanyaan kritis bagi organisasi:

- Apakah kegiatan sosial yang dilakukan hanya untuk meraih simpati publik?
- Apakah perusahaan benar-benar mau mengorbankan sebagian laba untuk memperjuangkan isu sosial?
- Bagaimana perusahaan menyikapi krisis etika secara nyata, bukan hanya dalam laporan tahunan?

Contoh reflektif:

Sebuah maskapai penerbangan mempromosikan “carbon offset” namun tetap menawarkan tiket murah yang mendorong peningkatan emisi. Apakah itu CSR sejati atau strategi reputasi?

4.8 Penutup

Etika dan tanggung jawab sosial bukan entitas yang terpisah. CSR adalah bentuk praktis dari etika bisnis yang berkomitmen untuk melayani tidak hanya pemegang saham, tetapi seluruh pemangku kepentingan. Dalam konteks profesional dan industri pariwisata, tanggung jawab sosial bukan hanya kewajiban hukum atau tren, tetapi **kewajiban moral** untuk membangun masa depan yang adil, lestari, dan inklusif.

Bab selanjutnya akan membahas secara lebih spesifik bagaimana prinsip etika dan tanggung jawab tersebut diterapkan dalam **sektor pariwisata**, termasuk tantangan global dan kode etik yang berlaku.

BAB 5:

ETIKA DALAM SEKTOR PARIWISATA

5.1 Keunikan Etika dalam Industri Pariwisata

Industri pariwisata memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari sektor lainnya. Ia menyentuh berbagai aspek kehidupan—sosial, budaya, ekonomi, dan lingkungan—baik secara lokal maupun global. Karena itulah, praktik pariwisata yang tidak etis dapat dengan mudah menimbulkan kerugian multidimensi: pengrusakan ekosistem, eksploitasi budaya lokal, perdagangan manusia, atau ketidakadilan terhadap komunitas penerima wisatawan.

Etika dalam pariwisata tidak cukup hanya mematuhi hukum. Ia menuntut kepekaan moral yang tinggi, mengingat interaksinya yang langsung dengan manusia, alam, dan warisan budaya.

5.2 Prinsip Etika Kepariwisata Dunia

Kode Etik Kepariwisata Dunia (World Tourism Organization, 1999) adalah acuan internasional untuk pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab, berkelanjutan, dan etis. Prinsip-prinsip utamanya antara lain:

1. **Menghormati Perbedaan Sosial dan Budaya**
 - Setiap wisatawan dan pelaku industri wajib menghormati nilai lokal, tradisi, dan hak-hak masyarakat, termasuk kelompok minoritas dan masyarakat adat.
2. **Kontribusi terhadap Pembangunan Ekonomi dan Pengurangan Kemiskinan**
 - Pariwisata yang etis harus menjadi alat pemberdayaan ekonomi bagi komunitas lokal, bukan eksploitasi.
3. **Perlindungan Lingkungan dan Warisan Budaya**
 - Kegiatan pariwisata harus menjaga keaslian tempat, ekosistem, dan bangunan bersejarah agar tidak rusak atau disalahgunakan.
4. **Perlindungan Hak Asasi Manusia dan Penolakan Eksploitasi Seksual**

- Sektor pariwisata harus menentang segala bentuk pariwisata seksual, perdagangan anak, atau praktik tidak manusiawi lainnya.
 - 5. **Tanggung Jawab Pemerintah dan Swasta**
 - Pemerintah harus menyediakan regulasi dan infrastruktur pendukung. Sementara pelaku usaha harus bertanggung jawab terhadap dampak kegiatan usahanya.
 - 6. **Pendidikan Etika bagi Wisatawan dan Pelaku Industri**
 - Etika tidak hanya milik pelaku usaha, tetapi juga wisatawan yang harus menyadari dampak dari perilaku mereka terhadap lingkungan dan masyarakat.
-

5.3 Tantangan Etis dalam Pariwisata Modern

1. **Overtourism (Kelebihan Wisatawan)**

Destinasi seperti Bali, Barcelona, atau Venice menghadapi tekanan besar akibat volume wisatawan yang berlebihan, merusak kualitas hidup warga lokal, lingkungan, dan nilai budaya.
 2. **Komodifikasi Budaya**

Budaya lokal yang dijadikan atraksi bisa kehilangan makna sakralnya dan berujung pada pengaburan identitas.
 3. **Eksplotasi Buruh Pariwisata**

Banyak pekerja di sektor perhotelan dan turisme diupah rendah, tanpa perlindungan sosial atau jam kerja layak, terutama di negara berkembang.
 4. **Ketimpangan Ekonomi**

Keuntungan pariwisata sering hanya dinikmati oleh pemilik modal besar (korporasi atau investor asing), bukan oleh warga lokal yang tinggal di destinasi wisata.
-

5.4 Penerapan Etika dalam Praktik Pariwisata

a. Agen Perjalanan dan Tour Operator

- Harus menyampaikan informasi yang jujur dan transparan.
- Tidak boleh mempromosikan lokasi yang tidak siap secara sosial dan lingkungan.

b. Hotel dan Akomodasi

- Mempekerjakan warga lokal dengan upah layak.
- Menghemat air dan energi, serta mengelola limbah secara bertanggung jawab.

c. Pemerintah dan Regulator

- Mengatur kuota wisatawan jika perlu, demi menjaga kelestarian destinasi.
- Mendorong partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata.

d. Wisatawan

- Menghargai adat dan budaya lokal.
- Tidak meninggalkan sampah atau merusak situs bersejarah dan alam.
- Tidak terlibat dalam pariwisata seksual atau perburuan satwa liar ilegal.

5.5 Etika Wisata Berkelanjutan

Konsep **pariwisata berkelanjutan** (sustainable tourism) secara langsung berasal dari etika: yaitu komitmen untuk memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif.

Prinsip utama wisata berkelanjutan adalah:

- *Environmentally sustainable*: Melindungi alam
- *Culturally respectful*: Menghormati budaya lokal
- *Socially just*: Menjamin keadilan sosial
- *Economically viable*: Memberikan manfaat ekonomi yang adil dan merata

5.6 Refleksi Etis: Dilema di Lapangan

Studi Kasus: Desa Wisata dan Investor Besar

Sebuah desa wisata yang dikelola komunitas lokal tiba-tiba ditawarkan investasi besar untuk membangun resort dan atraksi internasional. Pendapatan akan meningkat, tetapi:

- Hak milik tanah bisa hilang
- Nilai-nilai budaya bisa terdistorsi
- Masyarakat lokal bisa terpinggirkan

Pertanyaannya:

Apakah etis menerima investasi besar jika itu merusak identitas desa dan menghilangkan kontrol dari tangan warga lokal?

Pendekatan etis yang dapat digunakan:

- **Utilitarianisme:** Hitung dampak manfaat vs kerugian
- **Hak dan Keadilan:** Apakah warga mendapat perlakuan adil?
- **Etika Kebajikan:** Apakah keputusan mencerminkan keberanian moral dan integritas komunitas?

5.7 Penutup

Etika dalam sektor pariwisata adalah elemen vital bagi keberlanjutan industri ini. Tanpa landasan moral yang kuat, pariwisata bisa berubah menjadi kekuatan destruktif yang menggerus lingkungan, budaya, dan nilai-nilai kemanusiaan. Sebaliknya, dengan prinsip etis yang jelas dan diterapkan secara konsisten, pariwisata dapat menjadi sarana pembangunan, pelestarian, dan pemersatu dunia.

Kita sebagai pelaku industri, akademisi, maupun wisatawan memiliki tanggung jawab moral untuk **tidak hanya menikmati perjalanan**, tetapi juga menjaga agar perjalanan itu bermanfaat bagi semua yang terlibat.

GLOSARIUM ISTILAH

Term	Definition
Deontologi	Teori etika yang menekankan pada kewajiban moral dan prinsip, bukan akibat.
Etika Kebajikan	Pendekatan etika yang menilai moralitas berdasarkan karakter pelaku.
Kode Etik	Dokumen resmi berisi prinsip moral yang mengatur perilaku profesional.
Overtourism	Situasi ketika jumlah wisatawan melebihi kapasitas sosial-lingkungan destinasi.
Stakeholder	Pihak-pihak yang memiliki kepentingan atau terdampak oleh kegiatan organisasi.
Emotional Sustainability	The ability of travel experiences to support long-term emotional balance and psychological well-being.

DAFTAR PUSTAKA

- Bowie, N. E. (2013). *Business Ethics in the 21st Century*. Springer.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics* (4th ed.). Oxford University Press.
- Schwartz, M. S. (2017). *Business Ethics: An Ethical Decision-Making Approach*.
- Singer, P. (1985). *Practical Ethics*. Cambridge University Press.
- Velasquez, M. G. (2014). *Business Ethics: Concepts and Cases* (7th ed.). Pearson Education.
- World Tourism Organization. (1999). *Kode Etik Kepariwisataaan Dunia*. UNWTO.