

MANAJEMEN PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN

Sofyan Hamid*)

Abstract: decision makers have the same position, and act fairly in providing services to customers either individually or in groups. Why is business ethics in the company feels is very important at this time? Due to form a strong company and has a highly competitive and has the ability to create value (value-creation) is high, we need a solid foundation. Usually starting from strategic planning, good organization, the system transparent procedures backed by a powerful corporate culture and ethics of the company that carried out consistently and consistently

Keywords: Business Ethics and Corporate

PENDAHULUAN

Mungkin pada saat ini banyak orang yang belum mengetahui apa itu etika dalam berbisnis, biasanya banyak orang-orang yang beranggapan bahwa jika kita berbisnis tidak ada sangkut pautnya dengan etika. Namun pada kenyataannya etika itu sendiri masih diperlukan dalam setiap perusahaan. Dimana setiap perusahaan mempunyai rencana-rencana yang terstruktur dan jelas dalam pengelolaannya disamping itu etika ternyata diperlukan sebagai kontrol akan kebijakan, demi kepentingan perusahaan itu sendiri upaya melakukan revitalisasi penerapan etika bisnis dalam perusahaan makin berkembang. Hal ini terutama didesak oleh kepentingan para pemegang saham agar Direksi lebih mendasarkan pengelolaan perusahaan pada etika bisnis, karena pemegang saham tidak ingin kehancuran yang terjadi pada perusahaan mereka. Mungkin dengan cara seperti ini perusahaan dapat berkembang dengan baik dan pesat. Walaupun etika bisnis di dalam perusahaan biasanya sudah mendasar bagi setiap perusahaan namun tidak ada salahnya jika kita mengkaji kembali tentang etika bisnis dalam perusahaan ini

Di Indonesia tampaknya masalah penerapan etika perusahaan yang lebih intensif masih belum dilakukan dan digerakkan secara nyata. Praktek penerapan etika bisnis yang paling sering kita jumpai pada umumnya diwujudkan dalam

bentuk buku saku “*code of conducts*” atau kode etik dimasing-masing perusahaan. Hal ini barulah merupakan tahap awal dari praktek etika bisnis yakni mengkodifikasikan nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis bersama-sama *corporate-culture* atau budaya perusahaan, kedalam suatu bentuk pernyataan tertulis dari perusahaan untuk dilakukan dan tidak dilakukan oleh manajemen dan karyawan dalam melakukan kegiatan bisnis

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil (*fairness*), sesuai dengan hukum yang berlaku (*legal*) tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan “*grey-area*” yang tidak diatur oleh ketentuan hukum.

Mengapa etika bisnis dalam perusahaan terasa sangat penting saat ini? Karena untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value-creation*) yang tinggi,

diperlukan suatu landasan yang kokoh. Biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang andal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekwen.

Tindakan yang tidak etis, bagi perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika pada umumnya perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis misalnya diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karier. Karyawan yang berkualitas adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan oleh karena itu semaksimal mungkin harus tetap dipertahankan.

Untuk memudahkan penerapan etika perusahaan dalam kegiatan sehari-hari maka nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis harus dituangkan kedalam manajemen korporasi yakni dengan cara :

1. Menuangkan etika bisnis dalam suatu kode etik (code of conduct)
2. Memperkuat sistem pengawasan
3. Menyelenggarakan pelatihan (training) untuk karyawan secara terus menerus.

Pengelolaan Program Etika

Struktur pengelolaan program etika bisnis bagi tiap perusahaan dapat berbeda-beda sesuai dengan besarnya, kompleksitas operasinya, dan lingkup geografis operasinya. Struktur pengelolaan program etika bisnis yang direkomendasikan dalam pedoman ini adalah struktur pengelolaan etika untuk perusahaan besar. Untuk perusahaan yang lebih kecil, tugas dan fungsi dari struktur pengelolaan program etika ini dapat dilaksanakan oleh struktur yang ada. Dalam kasus seperti ini,

penugasan tersebut harus dinyatakan secara tertulis dan tegas, sehingga akuntabilitasnya jelas.

Struktur pengelolaan program penerapan etika bisnis untuk perusahaan yang besar biasanya meliputi struktur :

1. Komite Eksekutif Etika dibentuk oleh Direksi dan dipimpin oleh salah satu Direktur dengan anggota para pejabat senior dari masing-masing direktorat dan bila perlu dibantu oleh seorang penasehat etika dari luar perusahaan. Komite ini lebih bersifat sebagai forum yang mengarahkan (*steering committee*) dan bertanggung jawab dalam menciptakan situasi kerja kondusif dan perilaku kerja yang etis .
2. Direksi membentuk suatu Biro Etika sebagai pelaksana tugas harian Komite Eksekutif Etika. Biro ini dipimpin oleh seorang pejabat senior di bawah Direksi dan dibantu dengan staff professional sesuai dengan kebutuhan. Biro ini bertanggung jawab mengelola kegiatan sehari-hari pelaksanaan program etika bisnis perusahaan.
3. Dewan Komisaris perusahaan membentuk Komite Pemantau Etika dan Kepatuhan yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa program penerapan etika bisnis perusahaan berjalan dengan efektif dan efisien. Hal ini dilakukan dengan melakukan pemantauan terhadap kecukupan program etika dan kepatuhan perusahaan, pelaksanaan program etika dan kepatuhan dan evaluasi efektifitas program tersebut. Dalam hal tidak dibentuk komite khusus ini, maka fungsi, tugas dan tanggung jawabnya harus dialihkan kepada komite yang ada, misalnya Komite Audit, tetapi harus secara tegas dan tertulis dinyatakan dalam piagam komite tersebut.

Membangun Etika Bisnis di Perusahaan

Etika pada dasarnya adalah standar atau moral yang menyangkut benar-salah, baik -buruk. Dalam kerangka konsep etika

bisnis terdapat pengertian tentang etika perusahaan, etika kerja dan etika perorangan, yang menyangkut hubungan-hubungan sosial antara perusahaan, karyawan dan lingkungannya. Etika perusahaan menyangkut hubungan perusahaan dan karyawan sebagai satu kesatuan dengan lingkungannya (misalnya dengan perusahaan lain atau masyarakat setempat), etika kerja terkait antara perusahaan dengan karyawannya, dan etika perorangan mengatur hubungan antar karyawan.

Perilaku etis yang telah berkembang dalam perusahaan menimbulkan situasi saling percaya antara perusahaan dan *stakeholders*, yang memungkinkan perusahaan meningkatkan keuntungan jangka panjang. Perilaku etis akan mencegah pelanggan, pegawai dan pemasok bertindak oportunistis, serta tumbuhnya saling percaya.

Budaya perusahaan memberi kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan perilaku etis, karena budaya perusahaan merupakan seperangkat nilai dan norma yang membimbing tindakan karyawan. Budaya dapat mendorong terciptanya perilaku, dan sebaliknya dapat pula mendorong terciptanya perilaku yang tidak etis.

Kebijakan perusahaan untuk memberikan perhatian serius pada etika perusahaan akan memberikan citra bahwa manajemen mendukung perilaku etis dalam perusahaan. Kebijakan perusahaan biasanya secara formal didokumentasikan dalam bentuk Kode Etik (*Code of Conduct*). Di tengah iklim keterbukaan dan globalisasi yang membawa keragaman budaya, *code of conduct* memiliki peran yang semakin penting, sebagai *buffer* dalam interaksi intensif beragam ras, pemikiran, pendidikan dan agama.

Sebagai persembaian untuk menumbuhkan perilaku etis, perlu dibentuk iklim etika dalam perusahaan. Iklim etika tercipta, jika dalam suatu perusahaan terdapat kumpulan pengertian tentang perilaku apa yang dianggap benar dan

tersedia mekanisme yang memungkinkan permasalahan mengenai etika dapat diatasi.

Terdapat tiga faktor utama yang memungkinkan terciptanya iklim etika dalam perusahaan.

1. Terciptanya budaya perusahaan secara baik.
2. Terbangunnya suatu kondisi organisasi berdasarkan saling percaya (*trust-based organization*).
3. Terbentuknya manajemen hubungan antar pegawai (*employee relationship management*).

Iklim etika dalam perusahaan dipengaruhi oleh adanya interaksi beberapa faktor, yaitu faktor kepentingan diri sendiri, keuntungan perusahaan, pelaksanaan efisiensi dan kepentingan kelompok.

Penciptaan iklim etika mutlak diperlukan, meskipun memerlukan waktu, biaya dan ketekunan manajemen. Dalam iklim etika, kepentingan *stakeholders* terakomodasi secara baik karena dilandasi rasa saling percaya.

Tanggung Jawab Sosial Bisnis

Saat ini perusahaan dihadapkan padaparadigma yang relatif masih baru di Indonesia, yaitu paradigma yang melihat antara pihak perusahaan dan masyarakat bukanlah dua pihak yang berbeda dan bertolak belakang, namun merupakan bagian yang tak terpisahkan.

Fakta masyarakat ada realita kontradiktif, dimanadi satu pihak ada perusahaan besar yang aktivitas usahanya banyakdiwarnai dengan konflik sosial, tetapi di sisi lain ada perusahaanbesar yang berkinerja baik tanpa harus mengalami konflik sosial.Kondisi yang demikian diduga sangat dipengaruhi oleh derajat perilakuetis perusahaan, yang diwujudkannyanya melalui kadar tanggung jawab sosialperusahaan.

Perusahaan sebagai sebuah sistem, dalam keberlanjutan dan keseimbangannya tidak bisa berdiri sendiri.Perusahaan memerlukan kemitraan yang saling timbal balik denganinstitusi lain. Perusahaan selain mengejar keuntungan ekonomi untuk

kesejahteraan dirinya, juga memerlukan alam untuk sumber daya olahannya dan stakeholders lain untuk mencapai tujuannya. Dengan menggunakan pendekatan tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga keuntungan secara sosial. Dengan demikian keberlangsungan usaha tersebut dapat berlangsung dengan baik dan secara tidak langsung akan mencegah konflik yang merugikan.

Etika dalam berbisnis adalah mutlak dilakukan. Maju mundurnya bisnis yang dijalankan adalah tergantung dari pelaku bisnis itu sendiri. Apa yang dia perbuat dengan konsekuensi apa yang akan dia peroleh sudah sangat jelas.

Pebisnis yang menjunjung tinggi nilai etika akan mendapat point reward terhadap apa yang telah dia lakukan. Kemajuan perusahaan, kepercayaan pelanggan, profit yang terus meningkat, pangsa pasar terus meluas, merupakan dambaan bagi setiap pebisnis dan ini akan diperoleh dengan menjunjung tinggi nilai etika.

Sebaliknya, pelanggaran etika yang sedikit saja bias menyebabkan kondisi berbalik 180 derajat dalam waktu sekejap. Kehilangan pelanggan, defisit keuangan sampai ditutupnya perusahaan dengan jumlah utang serta kerugian yang mengunung merupakan punishment dari pelanggaran etika.

Pandangan Etika Terhadap Praktek Bisnis yang Curang

Etika berarti pandangan hidup atau pedoman bagaimana sebaiknya berlaku. Jadi, etika bisnis adalah bagaimana pandangan hidup atau bagaimana sebaiknya berlaku dalam bisnis. Etika bisnis memiliki semangat mempersempit wilayah abu-abu di dalam pengambilan keputusan. Jelas, meninggalkan wilayah merah yang tidak diterima secara etika. Benturan kepentingan, penyalahgunaan jabatan, menerima atau memberi gratifikasi, menerima atau memberi gift dan entertainment dari atau kepada

rekanan/mitra kerja, telah ramai dibicarakan sejauhmana hal-hal itu telah melanggar etika bisnis. Termasuk di dalamnya terdapat dilema etika bisnis. Praktek penerapan etika bisnis yang paling sering kita jumpai pada umumnya diwujudkan dalam bentuk buku saku "*code of conducts*" atau kode etik dimasing-masing perusahaan. Hal ini barulah merupakan tahap awal dari praktek etika bisnis yakni mengkodifikasikan nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis bersama-sama corporate-culture atau budaya perusahaan, kedalam suatu bentuk pernyataan tertulis dari perusahaan untuk dilakukan dan tidak dilakukan oleh manajemen dan karyawan dalam melakukan kegiatan bisnis

Jika aturan secara umum mengenai etika mengatakan bahwa berlaku tidak jujur adalah tidak bermoral dan beretika, maka setiap insan bisnis yang tidak berlaku jujur dengan pegawainya, pelanggan, kreditur, pemegang usaha maupun pesaing dan masyarakat, maka ia dikatakan tidak etis dan tidak bermoral. Intinya adalah bagaimana kita mengontrol diri kita sendiri untuk dapat menjalani bisnis dengan baik dengan cara peka dan toleransi. Dengan kata lain, etika bisnis untuk mengontrol bisnis agar tidak tamak. Bahwa itu bukan bagian kita.

Walaupun persaingan bisnis yang kian sengit memang mengakibatkan terdistorsinya batas-batas antara right-wrong atau good-bad. Lumrah sekali kita jumpai praktik bisnis yang menembus area abu-abu. Belum lagi jika harus berbisnis kepada teman, daerah abu-abu akan semakin nampak jelas terlihat. Karena merasa teman, maka kita berpikir teman akan bisa lebih memaklumi, memaafkan dan mengerti jika ada yang kurang-kurang. Yang lebih buruk lagi, etika bisnis benar-benar hilang jika berbisnis kepada teman atau saudara. Padahal yang perlu kita sadari, teman dan saudara itu bisa menjadi media sarana bagi kita untuk dapat melanjutkan kelangsungan hidup bisnis yang kita jalani karena secara tidak langsung mereka bisa menjadi media kita untuk berpromosi kepada khalayak

lain. Dengan berbisnis, diharapkan kita akan membangun network pertemanan yang jauh lebih luas dan kompleks. Tapi itu hanya bisa diraih jika dalam berbisnis kita membangun relationship yang sangat bagus.

Untuk menjalankan bisnis yang beretika kita harus memulainya dari diri kita sendiri. Jangan sampai ketika bisnis semakin berkembang dan menjadi besar, bisnis yang kita jalani semakin tidak mempunyai etika karena si pemilikpun kurang mengerti etika berbisnis. Walaupun bisnis kita kecil dan dianggap kacangan tetap perlu rambu-rambu etika itu diperhatikan. Yang penting harus diingat perlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan.

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Perusahaan meyakini prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Etika Bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang professional

Kesimpulan

Masa depan pasti akan mendatangkan lingkungan yang lebih kompetitif dan harus siap untuk menghadapi tantangannya; akan tetapi harus siap untuk melakukannya tanpa mengurangi standar etika perilaku yang merupakan batu landasan dalam menjalankan usaha.

Reputasi yang mendunia akan kejujuran dan perilaku bisnis yang handal, yang dibangun oleh banyak orang selama bertahun-tahun, akan diuji dan dibuktikan dalam setiap transaksi bisnis yang dilakukan. Semakin mengglobal, dinamis dan berorientasi kepada pelanggan disbandingkan sebelumnya. Namun upaya untuk memuaskan pelanggan dan memperoleh keunggulan kompetitif bermula dan berakhir dengan komitmen untuk bertindak sesuai hukum dan etika, dan jika sebagai perusahaan global harus membuat dan mengikuti seperangkat peraturan global

Sebagai calon dari pebisnis, baik itu yang menjalankan bisnis pribadi ataupun yang menjalankan bisnis oranglain tinggal menentukan pilihan apakah bisnis dengan etika atau bisnis tanpa etika

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes., Sukrisno & I Cenik Ardana. 2009. *Etika Bisnis dan Profesi (Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya)*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Berenheim *Ronald*, The Enron Ethics Breakdown, The Conference Board Inc., New York (2001)
- Fusaro Peter C., and Miller Ross M., What Went Wrong at Enron, John Willey & Sons, New Jersey, 2002.
- Guffey E.M. dkk. 2006. *Business Commucation Process & Product (Komunikasi Bisnis: Proses dan Produk)*. Edisi 4 Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lewis. Richard D. 2004. *Komunikasi Bisnis Lintas Budaya*. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung
- Machfoedz. 2002. *Dasar-Dasar Komunikasi Bisnis*. Penerbit Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta.

Machfoedz. 2005. *Komunikasi Bisnis Modern untuk Mahasiswa dan Profesi*. Edisi 2004/2005. Penerbit BPFY Yogyakarta.

Purwanto, Djoko. 1996. *Komunikasi Bisnis*. Penerbit Erlangga, Jakarta

Purwanto, Djoko. 2003. *Komunikasi Bisnis*. Edisi Kedua. Penerbit Erlangga, Jakarta.

***) Penulis adalah Dosen Yayasan pada STIE Nobel Indonesia Makassar**