

Etika Dalam Perusahaan Sebagai Hasil Dari Prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik

Risti Ananda Yulia

Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

E-mail : ristianandap@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia is a country with a large population, therefore it would be better if it develops a business in all fields, supported by abundant natural resources that will help companies in Indonesia to develop rapidly. However, the impact of rapid development will not only have a positive impact but also have a negative impact, if the company runs GCG (Good Corporate Governance) with the principles of: Accountability, Transparency, Independence, Accountability, Equality and Fairness, then these principles are obligations for all employees when carrying out their daily responsibilities and duties.

Keywords: Number of Population; Business Ethics; Business opportunities; Good Corporate Governance

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang besar, maka dari itu akan lebih baik jika mengembangkan bisnis dengan segala bidang, dengan ditunjang Sumber Daya Alam yang melimpah akan membantu perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk berkembang pesat. Namun dampak dari perkembangan yang pesat itu tidak hanya berdampak positif namun juga berdampak negatif, apabila perusahaan menjalankan GCG (Good Corporate Governance) dengan prinsip: Akuntabilitas, Transparansi, Kemandirian, Peertanggungjawaban, Kesetaraan dan Kewajaran, maka prinsip-prinsip tersebut adalah kewajiban bagi seluruh karyawan apabila menjalankan tanggung jawab serta tugasnya sehari-hari.

Kata kunci: Jumlah Penduduk; Etika Bisnis; Peluang Bisnis; Tata Kelola Perusahaan yang Baik

1. PENDAHULUAN

Pada 31 Januari 2023 menurut data Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) Indonesia memiliki penduduk dengan jumlah 273,52 juta jiwa, pada peringkat ke empat sebagai Negara yang memiliki jumlah populasi terbesar didunia. Dengan memiliki jumlah penduduk yang besar Indonesia memiliki pangsa bisnis yang lebih menjanjikan, yang juga ditunjang dengan Sumber Daya Alam (SDA) yang melimpah sehingga mampu untuk membantu mengembangkan bisnis di berbagai bidang. Namun dengan kemajuan pesat akan memiliki dampak positif dan juga negatif, dimana meningkatnya eksternalitas yang tinggi. Namun dengan adanya sebuah entitas bisnis, banyak perusahaan yang belum memberikan perhatian lebih terhadap dampak negatif tersebut. Negara – negara di Asia Timur pada tahun 1999 yang mengalami krisis multidimensi khususnya Indonesia mulai mengalami pemulihan. Dengan kejadian tersebut memberikan banyak pelajaran serta kesadaran mengenai kekeliruan yang beranggapan lama bahwa bisnis dapat berhasil dan bertahan dalam jangka waktu yang lama apabila hanya dengan mengandalkan permainan curang. Betapa penting dan relevannya Ketika etika bisnis yang tata kelola perusahaan nya dikelola dengan baik (*Good Corporate Governance*) tersebut membantu perusahaan – perusahaan yang sedang berkembang mulai muncul kesadaran. Perusahaan yang ingin berhasil dan mendatangkan untung alangkah baiknya menjalankan bisnis dengan etis dan di dukung pula dengan *Good Corporate Governance* yang baik. Kompetisi global juga harus dipahami bahwa itu bukan kompetisi antar negara, namun itu merupakan kompetisi antar korporat. Sehingga apabila mengalami kemenangan atau kekalahan, pulih atau tetap terpuruk prekonomian pada suatu negara itu bergantung pada masing – masing korporat (Moeljono & Sudjatmiko, 2005).

Dengan adanya krisis multidimensi atau yang sekarang dikenal *Good Corporate Governance* (GCG) istilah tersebut kian populer. GCG merupakan salah satu kunci sukses untuk perusahaan dalam bertumbuh dan mendapat keuntungan dalam jangka Panjang, dan juga memenangkan persaingan bisnis global yang ada. Kedua, munculnya krisis ekonomi pada Kawasan Amerika latin dan juga Asia diyakini muncul karena adanya kegagalan terhadap penerapan GCG (Ahmad, 2005). Banyak perusahaan – perusahaan publik yang mengalami keruntuhan seperti London & Commonwealth, Poly Peck, Worldcom, Enron, Tyco, Maxwell, dan lain-lain. Keruntuhan tersebut berlangsung karena kegagalan strategi ataupun praktek curang dari puncak manajemen yang berlangsung dengan tidak adanya deteksi dalam waktu yang terbilang lama karena lemahnya pengawasan oleh corporate boards.

Sebuah pemahaman diatas yang menerangkan tentang kurang terbukanya wawasan korporat yang belum dikelola secara baik, atau bisa disebut bahwa korporat kita belum menjalankan governansi (Moeljono & Sudjatmiko, 2005). Buruknya kualitas pada GCG korporasi di Indonesia menjadi salah satu jatuhnya perusahaan – perusahaan tersebut. Pada akhir-akhir ini dengan etika bisnis tingkat urgensi ditentukan dengan jangka Panjang apabila perusahaan tidak concern, maka hal tersebut dapat mengganggu keberlangsungan perusahaan. Di Amerika Serikat dilakukan banyak studi mengenai hal tersebut dimana etika merupakan hal wajib dalam komunitas bisnis, dan apabila tidak dipenuhi, pemerintah memiliki kewajiban untuk mengaturnya (K, 1993). Etika bisnis merupakan hal baru bagi negara Indonesia, walaupun para pebisnis di Indonesia sudah mempunyai etika, tetapi banyak dari mereka hanya ber etika social dan juga etika individual.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Etika Bisnis Dalam Kehidupan Bisnis

Salah satu factor kunci yang dapat menjadikan sebuah bisnis menjadi lebih ringan adalah Ketika seorang pengusaha dapat mengaplikasikan bagaimana melaksanakan sebuah tata cara bisnis yang beretika seperti sopan dan santun. Hal tersebut tentu dapat didapatkan dari mana saja, seperti dari sikap atau perilaku dalam segala aktivitas perkantoran, perilaku Ketika menghadapi rekan dalam bisnis, hingga dari perilaku kita dalam sebuah aktivitas organisasi. Contoh sederhana yang dapat dilihat yakni seperti sikap 3 S (Salam, Senyum, dan Sapa), memiliki control atas diri sendiri, memiliki sikap toleransi, dan sejenisnya (Monks, Robert A.G, dan Minow, 2003).

Secara tidak langsung, hal tersebut dapat juga dikatakan bahwa sebuah etika dalam berbisnis dapat menjaga suasana atau lingkungan dalam perusahaan, memelihara kepercayaan antar individu dalam perusahaan, sehingga hal tersebut juga dapat memberikan pengaruh pada efisiensi kinerja dalam perusahaan tersebut yang dapat meningkatkan serta membentuk citra positif yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Penjelasan tersebut tentu mengandung arti bahwa sebuah etika bisnis adalah suatu hal yang memiliki keterkaitan dengan moral, kehidupan social, hak serta kewajiban, dan prinsip hingga aturan dalam sebuah perusahaan.

Sasaran dan ruang lingkup Etika Bisnis :

Terdapat setidaknya 3 (tiga) target serta ruang lingkup penting yang perlu diberikan perhatian khusus agar tujuan dari sebuah etika bisnis dapat terwujud, yaitu :

1. Berperan sebagai etika profesi, yang mengandung prinsip, situasi serta kondisi, hingga masalah yang memiliki kaitan dengan pelaksanaan bisnis yang baik dan sesuai dengan etika yang ada. Hal tersebut dapat pula diartikan bahwa tujuan pertama dari sebuah etika bisnis adalah untuk pedoman bagi sebuah perusahaan untuk melaksanakan bisnisnya dengan baik dan beretika.
2. Berperan sebagai alarm untuk masyarakat yang terkait dengan kesadaran, terlebih bagi seluruh elemen seperti konsumen, karyawan, hingga masyarakat luas yang memiliki asset umum seperti lingkungan hidup yang tidak dapat diganggu gugat oleh siapapun. Hal tersebut berarti etika dalam bisnis memiliki fungsi sebagai penggugah bagi masyarakat untuk bergerak meminta kepada para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnisnya dengan baik dan menaati segala etika yang ada untuk menjamin segala hak dan kepentingan masyarakat luas.
3. Sebagai tolak ukur untuk menentukan etis atau tidaknya sebuah pelaksanaan bisnis. Peran ini dapat dikatakan pula bahwa etika bisnis juga dapat disebut etika ekonomi yang dilakukan dalam hal mencegah segala jenis pelanggaran etika bisnis seperti oligopoly, monopoli, kolusi, dan sejenisnya yang dapat berpengaruh signifikan tidak hanya pada sebuah perusahaan, namun juga perekonomian sebuah negara.

Good Corporate Governance (GCG)

Pengertian Konsep dan Dasar

Sebuah *corporate governance* dapat dikatakan sebagai sebuah proses serta susunan yang diterapkan oleh suatu perusahaan dalam rangka meningkatkan tingkat keberhasilan usaha hingga akuntabilitas suatu perusahaan sebagai perwujudan dari sebuah nilai pemegang saham dalam rentang waktu yang panjang namun tidak mengesampingkan kepentingan pemegang saham lain dengan berdasar kepada aturan atau undang-undang dan nilai-nilai etika yang ada. Pemegang saham yang dimaksud di sini yaitu semua pihak yang berkepentingan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan (Robin & Reidenbach, 1987)

Agency theory dan *stewardship theory* (Chinn, Richard, 2000; Shaw, 2003) merupakan 2 (dua) teori utama yang memiliki kaitan erat dengan *corporate governance*. Teori pertama yaitu *Agency theory* merupakan teori yang dicetuskan oleh Michael Johnson, yang memiliki pandangan bahwa manajemen dalam sebuah perusahaan berperan sebagai agen bagi para *stakeholders*, yang memiliki sikap mengutamakan kepentingannya sendiri ketimbang menjadi sosok yang adil dan bijaksana kepada para *stakeholders*. Namun, seiring perjalanan waktu, teori ini disebut lebih sesuai dengan kenyataan yang ada.

Sementara itu, *stewardship theory* dikembangkan atas segala pendapat filosofis sifat manusia yakni manusia yang memiliki hakekat dapat diandalkan dan dipercaya, memiliki kemampuan untuk berperilaku tanggung jawab yang tinggi, berintegritas, dan jujur kepada pihak lain. Hal tersebut dapat dilihat secara tersirat pada hubungan fidusia yang dipilih oleh para *stakeholders*. Kesimpulannya, *stewardship theory* memiliki pandangan bahwa manajemen dalam sebuah perusahaan merupakan sosok yang dapat dipercaya dan berperilaku penuh tanggung jawab bagi kepentingan seluruh pihak.

Pandangan lain mengenai corporate governance muncul dari *Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI)* yang menjelaskan *Corporate Governance* sebagai sebuah perangkat yang berperan mengatur dan menjaga hubungan seluruh elemen penting dalam perusahaan yang memiliki perannya masing-masing, mulai dari pemegang dan pengurus perusahaan, kreditur, karyawan, hingga seluruh pihak yang memegang peran penting baik internal maupun eksternal yang memiliki kaitan dengan hak dan kewajiban pengendali perusahaan untuk memperoleh nilai tambah bagi semua pihak penting perusahaan (Silalahi, 2003)

Prinsip-Prinsip GCG, sesuai dengan Keputusan Menteri BUMN Nomor 117/2002, tentang *Good Corporate Governance (GCG)*

1. **Keterbukaan** (*Transparency*), dapat diartikan sebagai pelaksana dalam proses pengambilan keputusan dan terbuka dalam memaparkan informasi materiil yang terkait dengan perusahaan.
2. **Akuntabilitas** (*Accountability*), dapat diartikan sebagai fungsi, struktur, system, dan tanggung jawab dari seluruh elemen perusahaan yang jelas sehingga efektivitas kinerja perusahaan dapat terwujud.
3. **Pertanggungjawaban** (*Responsibility*), dapat diartikan sebagai keselarasan dalam sebuah pelaksanaan aktivitas perusahaan sesuai dengan prinsip korporasi yang sehat serta peaturan perundang-undangan yang ada.
4. **Kemandirian** (*Independency*), dapat diartikan sebagai profesionalitas yang dimiliki perusahaan tanpa hambatan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku dan prinsip korporasi sehat yang ada.
5. **Kesetaraan dan Kewajaran** (*Fairness*), dapat diartikan sebagai perilaku adil dan setara sebagai pemenuhan hak-hak stakeholder yang muncul dari perjanjian serta peraturan undang-undang yang ada.

Tahap Implementasi :

Terdapat 3 langkah utama dalam implementasi perusahaan :

1. **Internalisasi** : fase implementasi jangka panjang. Internalisasi mencakup upaya untuk memperkenalkan GCG di seluruh proses bisnis perusahaan yang bekerja, dan berbagai peraturan perusahaan.
2. **Sosialisasi** : perlu memperkenalkan seluruh aspek perusahaan secara menyeluruh Relevan dengan penerapan GCG, khususnya Pedoman Pelaksanaan GCG. Upaya Sosialisasi perlu segera dilakukan oleh tim khusus Di bawah pengawasan direktur utama atau direktur yang ditunjuk untuk GCG juara di perusahaan.
3. **Implementasi** : yaitu kegiatan yang dilakukan sesuai dengan pedoman GCG yang ada, berdasarkan Implementasi yaitu kegiatan yang dilakukan sesuai dengan pedoman GCG yang ada, berdasarkan Peta jalan sudah disiapkan. Implementasi harus pendekatan top-

down, termasuk Direksi dan direksi perusahaan. Implementasi juga harus mencakup upaya untuk Change Management untuk mengawasi proses perubahan yang dihasilkan dari implementasi GCG.

3. METODOLOGI

Pada artikel ini menggunakan metode penulisan metode deskriptif, dimana menyajikan serta menganalisis data dan juga menginterpretasikan yang berdasarkan implementasi terhadap kebijakan 0 kebijakan perusahaan yang bisa digambarkan dengan pelaksanaan Etika Bisnis serta penerapan *Good Corporate Governance*, pada perusahaan. Metode pengumpulan data pada artikel ini dengan menggunakan publikasi – publikasi pada beberapa perusahaan yang dapat menghasilkan tambahan informasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada akhir-akhir ini banyak perusahaan di Indonesia yang telah Menyusun *Code of Conduct* (CoC) dan juga mengatur aturan dan prinsip – prinsip serta standard yang membantu karyawan untuk memiliki kesadaran yang lebih dalam melakukan hal yang baik, apabila bisnis yang dijalankan melakukan kewajiban – kewajiban pada semua pemangku kepentingan untuk patuh terhadap Undang – undang serta ketentuan yang berlaku dan juga taat kepada kebijakan dan juga perusahaan, sehingga akan dapat mengelola asset serta lingkungan yang lebih baik, dan juga lebih bijak dalam beretika pada setiap waktu dimanapun tempatnya.

Manfaat *Code Of Conduct*

1. Pemegang Saham

Perusahaan yang dikelola dengan baik dan benar maka akan lebih profesional, sehingga menambah keyakinan bagi para pemegang saham, dengan sustainability, efisien, akuntabel, mandiri, bertanggung jawab, transparan, dan fair akan membantu mencapai profitabilitas dengan diimbangi memperhatikan kepentingan perusahaan.

2. Perusahaan

- a. Membantu meningkatkan nilai pada perusahaan yang dapat memberikan kepastian dan juga perlindungan pada seluruh stakeholders apabila ingin menjalin kerjasama dengan Perusahaan, sehingga mampu menghasilkan reputasi baik guna mewujudkan keberhasilan usaha dalam waktu yang lebih lama.
- b. Perusahaan dengan kegiatan operasional yang lebih maju akan lebih efektif dan efisien dalam menjalin kerjasama dengan pemegang saham, karyawan, pemerintah dan juga seluruh stakeholders yang memiliki standart etika yang harus lebih diperhatikan.

3. Masyarakat, Lingkungan dan Pihak Lain yang Terkait

Perusahaan yang dapat membangun hubungan harmonis akan menguntungkan dengan seluruh stakeholders, dengan begitu akan menciptakan kesejahteraan social dan ekonomi bagi lingkungan, masyarakat dan juga pihak lain yang terkait.

Perusahaan harus menjaga konsistensi pada tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) dan juga Etika Bisnisnya. Terdapat lima prinsip GCG yaitu (*Transparency, Accountability, Responsibility, Independency dan Fairness*)

4. Karyawan

- a. Karyawan harus menjunjung tinggi nilai – nilai kejujuran dan mampu menciptakan lingkungan kerja yang bertika dan terbyka, sehingga mampu meningkatkan kinerja dan juga produktifitas pada setiap karyawan.
- b. Perusahaan harus mampu memberikan pedoman mengenai perilaku yang positif serta beretika.

Tujuan *Code of Conduct*

1. Dalam melaksanakan segala aktivitas perusahaan maka karyawan akan dapat menghindari benturan kepentingan.
2. Membantu seluruh karyawan untuk berperilaku baik dalam melaksanakan aktivitasnya.
3. Prinsip – prinsip yang akan lebih mudah dijalankan apabila para karyawan memahami mengenai tata kelola perusahaan yang baik.
4. Karyawan lebih memiliki etika dan wajib menjalankannya

5. SIMPULAN

Emiten di Indonesia mampu menjalankan bisnis berdasarkan nilai-nilai etika dan etika bisnis yang konsisten. Hal tersebut merupakan visi dan misi beberapa perusahaan dalam pelaksanaan implementasinya, serta didukung dengan penerapan kode etik yang membantu karyawan memenuhi tanggung jawabnya terhadap perusahaan sesuai dengan prinsip etika bisnis yang lebih konsisten dan konsisten, sehingga menjadi mampu memberikan kontribusi untuk Memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan, saham pemegang saham dan seluruh pemangku kepentingan.

6. SARAN

Dengan menjalankan tata kelola yang baik (*Good Corporate Governance*) dan serta di iringi dengan penerapan etika bisnis dan juga prinsip – prinsipnya yaitu : *Transparancy, Accountability, Responsibility, Independence dan Fairness*. Maka prinsip Implementasi GCG yang telah diutarakan akan membantu hak – hak stakeholders dan shareholders akan lebih terpenuhi secara cepat dan tepat, misalnya mendapatkan informasi mengenai perkembangan perusahaan, dalam pengambilan keputusan. Dengan diterapkannya *Good Corporate Governance* dan Etika Bisnis akan membantu peningkatan kinerja perusahaan, sehingga akan membantu perusahaan dalam mempertahankan Pertumbuhan Kinerja Perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, D. M. (2005). *Good Corporate Governance : Konsep dan Penerapannya Di Indonesia*. In *Akuntansi*.
- Chinn, Richard. (2000). *Corporate Governance Handbook*, *Gee Publishing Ltd*.
- K, B. (1993). *Etika Bisnis Menjadi Urusan Siapa*.
- Moeliono, D., & Sudjatmiko, S. (2005). *Good Corporate Culture Sebagai Inti Good Corporate Governance*. In *Jakarta: Elex Media Komputindo*.
- Monks, Robert A.G, dan Minow, N. (2003). *Corporate Governance 3 rd Edition*.
- Robin, D. P., & Reidenbach, R. E. (1987). Social Responsibility, Ethics, and Marketing Strategy: Closing the Gap between Concept and Application. *Journal of Marketing*, 51(1), 44. <https://doi.org/10.2307/1251143>
- Shaw, J. (2003). *Corporate Governance and Risk: A System Approach*.
- Silalahi, G. A. (2003). *Strategi Etika Bisnis dan Studi Kasus*.
- Annual Report. 2018. Bumitama Agri
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/08/jumlah-penduduk-indonesia-akan%20mencapai-puncaknya-pada-2062> diakses 10 Maret 2023
- Keputusan Menteri BUMN Nomor 117/2002, mengenai Good Corporate Governance (GCG)