



+62 878-9658-6407

087896586407

<https://dinastirev.org/JEMSI>[editor@dinastirev.org](mailto:editor@dinastirev.org)

## BUSINESS ETHICS DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) PT X DI BIDANG LABORATORIUM KESEHATAN KLINIK

**Sammy Tedja**

Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

### ARTICLE INFORMATION

Received: 14 April 2020

Revised: 16 Juni 2020

Issued: 23 Juli 2020

Corresponding author:

**Sammy Tedja**

E-mail:

[55119110075@student.mercubuana.ac.id](mailto:55119110075@student.mercubuana.ac.id)



DOI:10.31933/JEMSI

**Abstrak:** Good Corporate Governance (GCG) atau tata kelola perusahaan yang baik merupakan bagian sangat fundamental dalam sebuah organisasi yang beranggotakan karyawan yang profesional yang berorientasi kepada profit. Pada tataran teori, GCG dapat dengan mudah dituangkan dalam bentuk tulisan, namun pada tataran terapan teknis yang menjadikan karakter dari perusahaan atau organisasi tersebut adalah merupakan usaha yang dinamis dan sulit untuk dicapai dalam suatu standard yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana metode kualitatif pada artikel ini adalah menganalisis dan membandingkan antara teori-teori dengan implementasinya pada dunia kerja atau berdasarkan pengalaman empiris penulis pada PT X. Hasil penelitian ini adalah bahwa PT X menerapkan kinerja sesuai Business Ethics dan Good Corporate Governance (GCG) yaitu terdiri dari transparansi (keterbukaan), akuntabilitas, pertanggungjawaban, kemandirian, dan kewajaran, dengan sangat baik dan layak menjadi panutan bagi perusahaan lain. Perusahaan diharapkan terutama untuk tetap mempertahankan bahkan meningkatkan level GCG agar tetap menjadi perusahaan unggulan dan dihormati oleh pelanggan dan kompetitor dalam layanan produk dan jasa bidang laboratorium klinik di Indonesia.

**Kata Kunci:** Business Ethics, Good Corporate Governance (GCG), Etika Bisnis, Tata Kelola Perusahaan Yang Baik

### PENDAHULUAN

Indonesia dipandang sebagai negara potensial sebagai mitra dagang dunia sekaligus sebagai pasar untuk hampir semua jenis industri, termasuk industri bidang kesehatan, khususnya laboratorium kesehatan klinik. Terdapat beberapa perusahaan asing dari luar negeri yang merajai teknologi pemeriksaan preparat tubuh manusia (pemeriksaan darah, urin, cairan otak, duh tubuh, sperma dan sebagainya) yang diakui mempunyai kualitas produk

tinggi dan standar sistem layanan yang terstruktur secara baik sesuai regulasi internasional. Sementara, perusahaan lokal di bidang alat kesehatan dan laboratorium khususnya *In Vitro Diagnostics* (IVD) di Indonesia belum ada satupun perusahaan nasional yang benar-benar mampu memenuhi kebutuhan pengguna alat kesehatan untuk kalangan kesehatan. Kalaupun ada, perusahaan yang dimaksud, hanya mampu memproduksi dengan alih teknologi dari negara luar dan dengan kapasitas produksi yang terbatas, namun tetap berbahan baku yang masih harus diimport dari negara lain.

Pasar pemeriksaan kesehatan laboratorium kesehatan klinik di Indonesia merupakan kekuatan bagi Indonesia dikarenakan jumlah penduduk di Indonesia yang diprediksi mencapai 267 juta jiwa di tahun 2019, dengan PDB yang cukup tinggi mencapai 59,1 juta rupiah, meskipun disinyalir ada perlambatan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ditambah juga data angka harapan hidup penduduk Indonesia yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dimana data terbaru adalah di angka 71,2 tahun menurut Badan Pusat Statistik tahun 2019.

Permintaan pemenuhan kebutuhan pasar di bidang industri kesehatan Indonesia, mengundang ketertarikan seluruh produsen atau manufaktur penyedia produk dan jasa layanan dunia. Dari sekian banyak perusahaan luar negeri tersebut, yakni mulai dari benua Eropa, Amerika, sampai Asia, mereka melakukan investasi yang besar dalam proses pemasaran dan penjualan di Indonesia dengan melakukan kegiatan promosi keilmuan, seminar ilmiah, *webinar*, evaluasi alat uji, dan sampai pada pengembangan personal yang terlibat. Sebut saja perusahaan penyedia produk dan jasa bidang laboratorium kesehatan klinik skala global seperti Roche dari Swiss, Abbott dari Amerika, dan Sysmex dari Jepang adalah beberapa contoh perusahaan asing yang berkiprah di Indonesia yang terus berkompetisi merebut laboratorium klinik sebagai pengguna akhir produk dan jasa layanan mereka, yakni mulai dari Rumah Sakit level A sebagai pusat rujukan nasional atau provinsi, sampai level Puskesmas sebagai pusat kesehatan masyarakat di tingkat kecamatan, dan juga ditambah laboratorium kesehatan klinik dari sektor swasta yang mempunyai jejaring luas, juga laboratorium milik pemerintah daerah dan pusat. Kesemuanya adalah calon pelanggan yang dianggap sebagai pelanggan potensial menggiurkan untuk dijadikan target pengguna produk dan jasa layanan yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan ternama tersebut.

Uniknya bahwa walaupun di Indonesia dikenal dengan budaya korupsi, kolusi dan nepotisme yang lebih dikenal dengan singkatan KKN, yang masih mengakar terutama di industri kesehatan sektor pemerintahan, perusahaan-perusahaan tersebut mampu tetap eksis berkembang, dengan pertumbuhan bisnis yang luar biasa dari tahun ke tahun, dan bahkan di beberapa laporan keuangan terbuka yang mudah di unggah dari internet seperti milik perusahaan Roche dari Swiss, menyebutkan bahwa Indonesia menjadi kontributor pendapatan terbesar skala Asia. Hal yang menarik untuk dibahas bahwasanya perusahaan asing diatas terbukti mampu eksis berbisnis di tengah kondisi kultur bisnis di Indonesia yang masih dianggap tergolong tidak sekondusif negara lain seperti Malaysia, Thailand dan Filipina. Mengapa fenomena ini dianggap cukup menarik? Karena perusahaan-perusahaan asing tersebut adalah perusahaan yang wajib patuh terhadap regulasi pemerintah Indonesia dan tentunya tidak berani melakukan perbuatan melanggar etika bisnis seperti suap, gratifikasi dan sejenisnya. Namun dengan cerdas dan cantik, perusahaan tersebut mampu beradaptasi dengan baik di Indonesia dan mempunyai angka penjualan besar secara legal. Pertanyaan

mengenai keunikan tersebut dapat ditelaah dengan metode penelitian deskriptif yang menggunakan salah satu perusahaan asing sebagai objek penelitian ini.

Salah satu perusahaan yang dengan baik memainkan peranan sebagai salah satu penyedia produk dan layanan jasa di bidang kesehatan laboratorium klinik secara konsisten adalah PT X, produsen alat laboratorium kesehatan klinik berasal dari Jepang. Nilai-nilai dari perusahaan tersebut menjadi modal kinerja karakter perusahaan yang kuat dalam rangka menunjukkan performa yang stabil, dengan berorientasi kepada pelanggan, karyawan, mitra bisnis, pemegang saham, dan lingkungan.

Kepada pelanggan, nilai yang diberikan adalah komitmen mereka dalam memberikan jaminan upaya kepuasan dan ketuntasan dalam pelayanan menggunakan produk berkualitas dan jasa layanan pengguna, melalui kualitas teknologi tertinggi, dukungan superior, dan tindakan yang secara konsisten dalam terus mencari kebutuhan sejati pelanggan, dan berupaya menghasilkan solusi baru untuk memenuhi kebutuhan tersebut. PT X menggunakan tata cara kelola perusahaan yang beretika namun tetap fokus kepada keuntungan atau profit.

Kepada karyawan, PT X, berkomitmen menghormati keragaman, menghormati individualitas setiap karyawan, dan memberi tempat kerja di mana karyawan dapat mewujudkan potensi penuh mereka. Perusahaan tersebut sangat menghargai semangat kemandirian dan tantangan, memberi karyawan kesempatan untuk pemenuhan diri dan pertumbuhan, dan menghargai karyawan atas prestasinya. Pelatihan dan pengembangan SDM yang berkesinambungan dan terstruktur, menjadikan PT X termasuk kedalam 3 (tiga) besar perusahaan yang paling diminati untuk bekerja dikarenakan indeks kepuasan karyawan yang tergolong tinggi dan mengalami peningkatan sistem kearah yang jelas lebih baik lagi.

Kepada mitra bisnis, PT X tersebut memberikan komitmen kepada perusahaan mitra kami melalui kemitraan yang luas dan berusaha untuk menjadi perusahaan yang dapat tumbuh sejalan dengan mitra dagang melalui rasa hormat dan rasa saling percaya. Secara resmi, jalinan kerjasama dengan pihak ketiga dalam hal ini adalah sub-distributor dan perusahaan pendukung penyediaan instalasi alat, dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis berpayung hukum.

Kepada pemegang saham, PT X akan terus meningkatkan kesehatan dan transparansi kebijakan manajemen, sambil mempromosikan pengungkapan informasi dan komunikasi yang erat. Manajemen PT X berkomitmen pada gaya manajemen yang konsisten namun inovatif, untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan peningkatan nilai pemegang saham.

Kepada masyarakat, PT X menjalankan bisnis dengan kepatuhan ketat tingkat tinggi pada hukum dan peraturan yang berlaku, serta mematuhi standar etika yang. Sebagai anggota masyarakat yang bertanggung jawab, PT X memainkan peran aktif dalam menyelesaikan masalah lingkungan dan masalah lain yang mempengaruhi masyarakat saat ini, dalam koridor yang masih relevan dengan bisnis yang dikerjakan.

Berdasarkan data visi, misi dan nilai perusahaan dari PT X, menjadikan ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian yang lebih dalam dengan metode diskriptif, yakni kaitan antara penerapan GCG yang baik dan konsisten, yang berkontribusi terhadap image dan revenue perusahaan, yakni PT X. Penelitian dilakukan untuk menganalisis apakah penerapan etika bisnis dan GCG sudah optimal dilakukan PT X, sesuai dengan tata cara pengelolaan dan prinsip-prinsip dalam GCG.

## KAJIAN PUSTAKA

Etika merupakan nilai atau aturan dari tingkah laku yang diterima oleh individu atau suatu golongan, Floyd (2013). Etika bisnis merupakan standar nilai yang menjadi pedoman atau acuan pemimpin organisasi (katakan level direktur atau manager) dan staf sebagai bawahannya, dalam menentukan kebijakan dan memutuskan bagaimana operasi bisnis berjalan. Konsep pemasaran atau marketing sangat dibutuhkan dalam hal memasarkan produk tersebut terjual tersedap pasar. Usaha yang dapat dilakukan untuk memasarkan produk perusahaan, yakni diantaranya melalui promosi produk dan jasa layanan di berbagai media baik cetak maupun digital atau elektronik, membuat event atau acara tertentu maupun berkolaborasi dengan instansi swasta atau pemerintah, membuat jalur distribusi yang baik, dan lain-lain. Kegiatan pemasaran atau marketing yang dilakukan sebuah perusahaan bukan saja berorientasi kepada cara agar dapat terjual saja namun juga menciptakan, menumbuhkan, dan melakukan tindak lanjut (*follow up* dan *monitoring*) kesaksian pengguna atau pelanggan. Oleh karena itu, dibutuhkan etika bisnis secara baik dan konsisten dalam upaya pemasaran produk untuk menghindari kejadian praktik pemasaran yang tidak etis, yang berpotensi menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan menyebabkan pelanggan atau masyarakat umum mengalami imbas tidak baik.

Etika bisnis meliputi etika dalam sisi pemasaran, dalam aneka konteks produk, harga, distribusi/penyaluran, promosi, dan juga keetisan promosi atau iklan. Menurut Philip Kotler, pemasaran yaitu suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka ingin dan butuhkan dengan mencipta, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang dianggap bernilai dengan pihak lain. Sedangkan manajemen pemasaran menurut Philip Kotler merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai produk dan jasa layanan yang unggul kepada pelanggan.

Produk sebaiknya diperlakukan dengan promosi untuk diberitahukan atau diperkenalkan secara aktif agar mudah dan cepat dikenali oleh masyarakat dengan harapan terjadi pertumbuhan pendapatan bagi perusahaan. *Good Corporate Governance* (GCG) adalah sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah untuk semua pihak yang terlibat di dalamnya. *Good corporate governance* (GCG) merupakan tata kelola perusahaan yang baik dengan menjelaskan hubungan pihak-pihak yang berpartisipasi dalam pengelolaan dan kinerja perusahaan, Monks (2003). Tata kelola perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance/GCG*) merupakan konsep yang dipakai untuk peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dengan mendasarkan pada kerangka peraturan, Nasution, (2007). Pemilihan strategi dan taktik yang harus dipikirkan dan dilakukan oleh suatu perusahaan untuk dapat berkembang dan mendapatkan keuntungan yang maksimal secara legal, salah satunya yaitu tentu dengan memiliki penerapan etika bisnis dan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*), Muchtar (2013).

Prinsip-prinsip dalam GCG secara umum (Zarkasyi, 2008):

1. Transparansi (keterbukaan) : Secara sederhana bisa diartikan sebagai keterbukaan informasi dalam batasan sesuai dengan kompetensi dan jabatan masing-masing karyawan. Pada intinya bahwa informasi yang disediakan dan diupayakan oleh perusahaan hasil dari kontribusi karyawan yang terlibat merupakan kompilasi data yang berguna, namun jika terkait dengan kebijakan strategis dan bersifat intelligence marketing yang masuk kategori

sangat rahasia, maka informasi tersebut hanya akan terbatas diketahui di level struktur organisasi tertentu.

2. Akuntabilitas : Kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ perseroan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.

3. Pertanggungjawaban : Bentuk pertanggung jawaban perusahaan adalah kepatuhan perusahaan terhadap peraturan yang berlaku, diantaranya; masalah pajak, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, perlindungan lingkungan hidup, memelihara lingkungan bisnis yang kondusif bersama masyarakat dan sebagainya.

4. Kemandirian : Prinsip ini mensyaratkan agar perusahaan dikelola secara profesional tanpa ada benturan kepentingan dan tanpa tekanan atau intervensi dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku.

5. Kestaraan atau kewajaran : Prinsip ini menuntut adanya perlakuan yang adil dalam memenuhi hak stakeholder sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Tentu perusahaan yang termasuk kategori berhasil dan eksis, merupakan perusahaan yang memiliki nilai etika bisnis yang kuat. Hal tersebut bisa terjadi karena ketika penerapan etika dalam berbisnis dijalankan dengan komitmen pelaksana, maka konsumen atau mitra bisnis, serta masyarakat secara umum merasakan kepuasan (*satisfaction*) sehingga menumbuhkan kesetiaan pelanggan (*loyalty*), dengan demikian roda bisnis perusahaan tersebut akan terus berkembang, Ali (2018). Kinerja perusahaan merupakan perbandingan dari hasil sesungguhnya atau output yang dihasilkan sebuah perusahaan, yang kemudian diukur dan dibandingkan dengan hasil atau output yang diharapkan. Perusahaan berdaya saing tinggi dan memiliki kinerja yang baik dapat diwujudkan dengan melakukan implementasi *Business Ethic* dan *Good Corporate Governance* (GCG) yang dapat dilihat dari salah satu tujuan penting di dalam mendirikan sebuah perusahaan yaitu, untuk meningkatkan kesejahteraan semua elemen dari perusahaan termasuk di dalamnya adalah karyawan yang berperan sebagai rekan kerja perusahaan sekaligus sebagai aset, Amri (2016). Hal ini disebabkan karena *Good Corporate Governance* (GCG) dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajerial yang tertib secara administrasi dan kinerja serta juga bersih, transparan, dan profesional, Wati (2012).

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Definisi dari penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan berbagai penemuan tanpa data statistik. Metode yang dipakai ini adalah untuk menarik kesimpulan dari kondisi yang diamati sebagai objek dari penelitian.

Pengambilan sumber data penelitian menggunakan teknik "*purposive sampling*". Sukmadinata (2005, p.101) menyatakan, sampel *purposive* adalah sampel yang dipilih karena memang menjadi sumber informasi yang terpercaya tentang kondisi yang ingin diteliti. Pengambilan sampel didasari kepada aspek apa dan siapa yang dijadikan fokus pada situasi tertentu dan saat ini secara konsisten sepanjang penelitian. Sampling bersifat *purposive* yaitu tergantung pada tujuan yang ditetapkan dalam satu saat. Dalam penelitiannya, peneliti menggunakan metode penentuan informan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan narasumber dengan pertimbangan yang telah dipikirkan dengan hati-hati sesuai dengan masalah yang ingin di teliti. Narasumber dalam penelitian ini adalah personal internal perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti berkomunikasi dengan seorang

*Sales Manager, Product Manager, dan Staf Administrasi Senior* bagian keuangan. Narasumber dipilih karena memahami kegiatan operasional perusahaan sehari-hari sesuai dengan standar kerja yang telah ditetapkan PT X. Sumber data yang peneliti peroleh adalah sumber primer. Sumber data primer diperoleh dari subjek penelitian dalam hal ini, data atau informasi didapatkan dari narasumber internal PT X. Penulis menggunakan data primer berupa hasil wawancara dengan para narasumber di PT. X. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara (interview) dan observasi (observation).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Strength (kekuatan) PT SI dimulai dari profil perusahaan secara umum bahwa PT SI adalah perusahaan afiliasi langsung dari negara asal yakni Jepang sebagai produsen alat dengan sistem kerja yang terstandar. Sistem kerja yang dijalankan sangat terstruktur dimulai dari kantor pusat di Jepang sebagai penentu kebijakan umum yang harus diadopsi oleh semua negara afiliasi, namun ada fleksibilitas dan toleransi ruang kebijakan yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing negara afiliasi contohnya di Indonesia. Dari sisi produk, produk yang dihasilkan PT SI adalah berasal dari negara produsen asli sehingga menggunakan teknologi original atau asli yang merupakan hak paten dari PT SI dari Jepang. Dari sisi personal, PT SI mempunyai standard karyawan yang disesuaikan dengan kebutuhan kerja dengan latar belakang pendidikan yang relevan dengan bidang kerja yang dibebankan kepada karyawan tersebut, sehingga kondisi bisa disebut sebagai karyawan professional, dimana terdapat kesesuaian antara keahlian dan keahlian seseorang dengan jenis pekerjaan. Dari sisi jenis layanan bisnis dan segmentasi pelanggan, terdapat kelas pelanggan yang spesifik yakni berangkat dari bidang kesehatan, dimana terdiri dari sektor pemerintah dan sektor swasta atau private, dimana stakeholder yang dimaksud terdiri dari Rumah Sakit, Puskesmas, dan Laboratorium Klinik Kesehatan. Dengan kondisi pelanggan yang spesifik menjadikan ruang lingkup kerja yang dapat mengkondisikan setiap personal yang terlibat mampu bekerja secara focus berorientasi kepada kepuasan dan kesetiaan pelanggan.

Weaknessess (kelemahan) dari PT SI dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bagian. Dari sisi produk, bahwa masih terdapat jenis produk dan jasa yang belum merata secara kualitas, yakni misalnya produk yang terkait pemeriksaan kimia klinik seperti pemeriksaan fungsi hati, fungsi ginjal, dan fungsi jantung, belum dianggap terbukti terpercaya dari sisi pengguna dibandingkan produk pemeriksaan alat kesehatan untuk darah rutin (hematologi). Dari sisi personal, dengan kultur kerja dengan tuntutan yang tinggi menyebabkan jam kerja yang terkesan melebihi waktu standar kerja karyawan secara aturan umum kepegawaian, sehingga kondisi berpotensi membuat turn-over tenaga kerja yang tinggi yang membuat roda kerja perusahaan dari sisi perekrutan dan dari sisi bisnis melibatkan pelanggan menjadi dinamis dan cenderung rapuh. Dari sisi sistem kerja, cukup banyak perubahan yang terjadi dalam hal template pelaporan yang membuat karyawan harus belajar berulang-ulang hanya untuk sekedar membuat pelaporan kerja, terutama banyak dikeluhkan oleh personal dari department sales yang cenderung bertipikal eksekutor di level lapangan, yang kembali harus menuliskan laporan secara runtut dan detail dari apa yang telah dilakukan dalam sistem Customer Relationship Management (CRM). Yang perlu digaris bawahi adalah bukan sistem kerjanya yang justru telah disebutkan menjadi suatu kekuatan dari perusahaan untuk berubah ke arah yang lebih baik dari waktu ke waktu sesuai dengan tuntutan jaman digital, namun adalah lebih kepada sistem pembelajaran yang menjadi hambatan internal untuk berubah.

Opportunities (kesempatan) yang dimiliki oleh PT SI yakni dari sisi eksternal didapatkan peluang kesempatan bisnis yang terbuka lebar yakni bahwa masyarakat Indonesia mendapatkan dukungan pemerintah untuk hidup lebih sehat dari generasi ke generasi sehingga angka harapan hidup Indonesia semakin meningkat tahun ke tahun. Jadi bisa dikatakan dengan pertambahan penduduk Indonesia saat ini adalah peluang bisnis bagi penyedia alat dan jasa di bidang laboratorium klinik di Indonesia. Hal lain adalah regulasi pemerintah bidang kesehatan yang semakin ketat dan mendidik banyak perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan untuk tertib berorganisasi, distribusi dan monitoring dengan standard level pelayanan yang tinggi yang dibuktikan dengan sertifikasi seperti KARS (Komisi Akreditasi Rumah Sakit) dan JCI (Join Commisioning International). Di dalam regulasi tersebut, disebutkan bahwa salah satu komponen Rumah Sakit atau Laboratorium harus ada standard pembuktian alat dan jasa yang dipergunakan memenuhi syarat nasional dan internasional.

Threats (ancaman) yang dipunyai PT SI yakni kebutuhan pelanggan yang ingin mendapatkan kualitas produk tetap baik namun dengan harga yang sedemikian murah. Kebutuhan ini menjadikan timbulnya persaingan distributor yang kurang sehat dengan menawarkan sponsorship dan entertainment yang tidak etis dilakukan oleh personal sales di lapangan oleh perusahaan-perusahaan lain yang biasanya yang tergolong baru bergabung dalam industri penyedia produk dan jasa alat kesehatan labotaorium. Dari sisi produk, ancaman yang timbul dari kompetitor adalah kemampuan kompetitor dari negara China dalam memberikan penawaran harga yang jauh lebih murah dengan kualitas berbeda secara tidak signifikan menurut customer, disamping bahwa kemampuan kompetitor dalam memberikan produk bundling (paket harga produk dan jasa) dalam menggeser produk dan jasa milik PT SI.

Dari paparan analisa SWOT perusahaan, dan dari pemikiran menggunakan matrix SWOT, maka menjadi titik berat pembahasan adalah bagaimana meningkatkan kompetensi karyawan menggunakan manajemen training yang tepat dan benar dalam memanfaatkan kondisi internal yakni kekuatan (strength) dan kelemahan (weaknesses), serta kondisi eksternal yakni kesempatan (opportunities) dan ancaman (threat)

Dalam hal transparansi sebagai penerapan Good Corporate Governance (GCG) pada PT X adalah bahwa terbukti dengan adanya target sales yang jelas yang dibebankan kepada seluruh personal di department sales atau penjualan, dan terakumulasi menjadi beban target yang harus dipenuhi oleh Sales Manager nasional secara terbuka dan diketahui semua anggota tim sebagai pencapaian perusahaan dalam satu tahun, untuk kemudian menjadi indikator tingkat pencapaian perusahaan akhir tahun dalam menentukan bonus dan penghargaan bagi karyawan. Hal lain terkait dengan transparansi di PT X adalah penerapan sistem Customer Relationship Management (CRM) yang menjadi keterbukaan secara profesional antara bawahan dan atasan dalam melakukan proses aktifitas sales dan marketing melibatkan pelanggan atau calon pelanggan.

Dalam hal akuntabilitas, terdapat struktur organisasi yang jelas dari level tertinggi yakni *President Director* sampai level staf, menggambarkan jenjang karir yang dapat dicapai seorang karyawan dalam berkarier di PT X melalui penilaian kinerja yang jelas, adil dan terukur. Terdapat komponen kelompok kerja (working group) yang menjadi wadah kerja tambahan sebagai komponen fungsi yang terdiri personal lintas department yang memastikan suatu proyek dapat dijalankan dengan penanganan staf yang relevant dan mampu

mempercepat proses sehingga tujuan akhir tercapai dengan baik. Kompetensi personal yang terlibat dalam kelompok kerja tersebut, juga terus-menerus ditingkatkan kompetensinya dengan program pelatihan dan pengembangan yang telah dirancang jangka pendek dan menengah.

Dalam hal tanggung jawab, PT X merupakan perusahaan yang mempunyai tingkat tanggung jawab yang tergolong tinggi baik kepada pihak luar yakni pemerintah, pelanggan dan mitra bisnis. Juga kepada pihak internal yakni karyawan dalam negeri dan luar negeri. Bentuk konkrit tanggung jawab kepada regulasi pemerintah dari PT X adalah misalnya perihal kepatuhan regulasi perpajakan, dimana semua transaksi jual beli menggunakan pajak yang berlaku, juga pembayaran biaya pembicara ilmiah, sponsorship kegiatan ilmiah dan partisipasi dalam seminar yang diadakan organisasi profesional yang terbiasa mengharuskan bukti potong pajak penghasilan sesuai aturan berlaku. Tanggung jawab internal yakni menjamin kesehatan dan keselamatan kerja bagi karyawan adalah dengan menerapkan tunjangan fasilitas asuransi kesehatan menggunakan perusahaan asuransi swasta maupun BPJS tenaga kerja, sementara di lingkungan perkantoran, setiap tahun telah rutin dilakukan simulasi penanganan bencana kebakaran dan banjir, dan pelatihan penggunaan APAR dengan melibatkan trainer yang telah tersertifikasi. Tanggung jawab kepada lingkungan secara social dikerjakan oleh PT X dalam bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang relevan dengan misi perusahaan di bidang pemeriksaan kesehatan misalnya pemeriksaan darah gratis sebagai screening pada kasus thalassemia, anemia pada ibu hamil, dan sebagainya. Tanggung jawab kepada mitra bisnis, diperlihatkan dengan menunjukkan kepatuhan terhadap persetujuan kerjasama jangka panjang antara kedua belah pihak yang dimulai dengan itikad baik PT X sebagai perusahaan principal di Indonesia, dalam melayani mitra bisnis sebagai perpanjangan tangan kerjasama melayani pengguna langsung produk dan jasa dari pihak RS, Laboratorium, Klinik dan lainnya.

Dalam aspek kemandirian, bahwa PT X melakukan perekrutan karyawan tanpa adanya intervensi pihak manapun sehingga dipastikan profesionalisme kerja karyawan di ruang lingkup kerja PT X didasarkan kepada keilmuan karyawan yang relevan dengan dukungan pengalaman kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hal lain adalah penilaian kinerja karyawan juga dipantau oleh tim Human Resources & Development secara objektif dan profesional untuk memfasilitasi sebagai penengah antara atasan dan bawahan dalam pengisian formulir penilaian kinerja (KPIM). Hal lain penerapan kemandirian yang diterapkan oleh PT X adalah bahwa PT X memosisikan diri sebagai perusahaan yang berorientasi kepada profit namun dalam kemandirian sesuai regulasi yang berlaku, dan tidak bisa diatur oleh perusahaan atau mitra bisnisnya dalam menentukan kebijakan strategis perusahaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Etika bisnis dan tata kelola perusahaan yang diterapkan PT X terbukti sangat baik sehingga berperan dalam sangat penting dalam memastikan image perusahaan dalam posisi tertinggi dari sudut pandang kualitas produk dan layanan jasa. Etika bisnis dan tata kelola perusahaan yang diterapkan tersebut, dapat ditiru oleh perusahaan lain terutama perusahaan lokal Indonesia agar mengalami perbaikan image dan hasil yang dirasakan manfaatnya oleh seluruh stakeholder. Pelaksanaan prinsip-prinsip *Business Ethics* dan Good Corporate Governance (GCG) diyakini mampu membawa hasil positif terhadap keberlangsungan



kinerja perusahaan dalam jangka panjang dengan pertumbuhan bisnis yang stabil dan menjanjikan.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah bahwa akan menarik jika dilanjutkan dengan penelitian melibatkan informasi dari pelanggan yang dilayani oleh PT X dibandingkan dengan perusahaan lain yang mempunyai etika bisnis dan tata kelola perusahaan yang dianggap kurang baik, yang biasanya ada pada perusahaan penyedia produk dan jasa layanan di level nasional atau lokal. Hal ini dikarenakan bahwa sebagian pelanggan disinyalir justru lebih nyaman melakukan transaksi bisnis dengan perusahaan yang tergolong standar karena dapat mempunyai peluang mendapatkan keuntungan pribadi

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Ali, Hapzi .2018. Modul BE & GG. Univeristas Mercu Buana. Jakarta
- Floyd, L. A., Xu, F., Atkins, R., & Caldwell, C. (2013). Ethical outcomes and business ethics: Toward improving business ethics education: JBE JBE. *Journal of Business Ethics*, 117(4), 753-776. doi:http://dx.doi.org/10.1007/s10551-013-1717-z
- Muchtar, S., & Darari, E. (2013). Pengaruh Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Financing and Banking*, 15 No.2.
- Nasution, Marihot dan Dodi Setiawan. 2007. Pengaruh Corporate Governance terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi 10. Makasar tanggal 26 – 28 Juli.
- Sukmadinata, N. S. (2005). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Rosda
- Wati, L. M. (2012). Pengaruh Praktek Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 01 (1).
- Zarkasyi, M.W. (2008). Good Corporate Governance. Bandung: CV. Alfabeta.