



+62 813 8765 4578

+62 813 8765 4578

<https://dinastirev.org/JMPIS>

dinasti-info@gmail.com

ETIKA BISNIS PADA PT. SI

Endang Pamuji

Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

<p>ARTICLE INFORMATION Received: 31 Mei 2020 Revised: 10 Juni 2020 Issued: 18 Juli 2020</p> <p>Corresponding author: first author E-mail: endangpamuji54@gmail.com</p>  <p>DOI:10.38035/JMPIS</p>	<p>Abstrak: Suatu perusahaan yang memiliki peranan dalam bidang farmasi yang tentunya berpartisipasi di dunia kesehatan dan berhubungan dengan konsumen langsung maupun konsumen tidak langsung, mitra bisnis, distributor, dan sebagainya. Etika bisnis tentunya sangat diperlukan dan harus dijadikan sebagai landasan dalam berjalannya bisnis pada perusahaan PT. SI. Memiliki tujuan usaha yang bukan hanya sekedar mencari keuntungan tetapi juga harus memiliki tanggungjawab sosial dan kemanusiaan di dalam lingkungan internal maupun eksternal.</p> <p>Kata Kunci: Etika Bisnis, Perusahaan Farmasi</p>
---	--

PENDAHULUAN

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang farmasi, perusahaan kami merupakan tempat pengembangan ilmu pengetahuan tentang obat, riset, dan sangat fokus pada treatment pengobatan penyakit serta perkembangan bidang kesehatan. Bekerja sama dengan program pemerintah seperti BPJS kesehatan untuk membantu mewujudkan solusi bagi kesehatan masyarakat dan perkembangan dibidang kesehatan. Perusahaan farmasi memegang peran yang sangat penting dalam proses peningkatan kualitas obat, penemuan obat baru serta treatment pengobatan, obat yang bermutu juga akan menghasilkan dampak positif pasien akan lebih cepat sembuh dan tidak memakan lebih banyak dana pemerintah untuk melakukan rawat jalan maupun rawat inap pasien pada sektor BPJS dan juga sektor swasta.

Indikator sumber daya manusia ditentukan oleh tingkat pendidikan dan kesehatan masyarakatnya, semakin tinggi sumber daya manusianya maka semakin tinggi tingkat kebutuhan akan obat untuk pemeliharaan dan juga pengobatan maupun jaminan kesehatannya. Sumber daya manusia yang sehat adalah modal utama bagi Negara dalam membangun dan mengembangkan perekonomian nasional. Semakin banyak sumber daya yang mempunyai kesehatan yang baik maka semakin mudah bagi suatu Negara untuk membangun dan juga mengembangkan perekonomiannya. Karena sumber daya manusianya telah menguasai treatment pengobatan, pengetahuan dan teknologi sehingga pemerintah lebih mudah dalam membangun dan mengembangkan perekonomian nasional melalui industri farmasi dan kesehatan.

PT. SI didirikan oleh Dr. Jacquez Servier yang merupakan dokter asal Perancis pada tahun 1943 dan saat ini sudah menjadi perusahaan internasional tersebar di 114 Negara di dunia dan memiliki dua anak perusahaan yaitu Egis dan Biogaran, saat ini Head Office kami berada di Perancis. PT. SI mempunyai konsentrasi obat untuk penyakit seperti, Hypertensi, Diabetes, Jantung, dan Pembuluh Darah. Hasil keuntungan kami selain digunakan untuk memberikan gaji karyawan, pemeliharaan pabrik, peningkatan kualitas obat juga digunakan untuk riset guna menemukan obat-obat baru untuk masadepan kehidupan perusahaan nantinya dan tidak lupa sebagian juga kami gunakan untuk menyumbang ke yayasan kesehatan, pendidikan dan amal.

KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Etika Bisnis

Menurut Arijanto (2014) untuk memahami arti dari etika itu sendiri ,apakah “etika” maka perlu membandingkannya dengan moralitas. Etika dan moralitas sering dipakai secara bersamaan serta dapat dipertukarkan dengan pengertian yang sering disamakan begitu saja. Maka dari itu, secara teoretis dapat membedakan dua pengertian etika yaitu berasal dari Bahasa Yunani “Ethos” berarti adat istiadat atau kebiasaan.

Menurut Kasmir (2016) dalam bukunya “ Kewirausahaan “ yang membahas tentang Etika Wirausaha adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan dengan etika atau norma-norma yang berlaku dimasyarakat bisnis. Di hasil akhirnya, etika tersebut ikut menciptakan pengusaha yang bersih dan dapat memajukan serta membesarkan usaha yang dijalankan dalam waktu yang relatif lebih lama.

Dengan melakukan etika yang benar, maka akan terjadi keseimbangan hubungan antara pengusaha dengan masyarakat, pelanggan, pemerintah, dan pihak-pihak lain yang mempunyai kepentingan . Masing-masing pihak akan merasa dihargai dan dihormati. Ada rasa saling membutuhkan di antara mereka yang pada akhirnya menumbuhkan rasa saling percaya, dan usaha yang dijalankan dapat berkembang seperti yang diinginkan oleh kedua belah pihak.

Pengertian etika merupakan tata cara berhubungan dengan manusia lain. Tata cara pada setiap masyarakat tidaklah sama atau beraneka-ragam bentuk. Ini disebabkan beragamnya budaya dan kehidupan masyarakat yang berasal dari berbagai wilayah. Tata cara ini diperlukan dalam berbagai bagian kehidupan manusia agar terbina hubungan yang harmonis, saling menghargai satu sama lain dan terciptalah kedamaian.

Dilihat dari sejarahnya kata etika berasal dari Bahasa Prancis (etiquette), yang berarti tata cara pergaulan yang baik antara sesama manusia sedangkan etika itu berasal dari bahasa Yunani atau Latin berarti falsafah moral dan merupakan bagaimana cara hidup yang baik dan beretika dilihat dari sosial, budaya maupun agama. Meskipun demikian keduanya juga memiliki kesamaan tersebut adalah:

1. Keduanya mempunyai objek yang sama yaitu perilaku atau tindak tanduk manusia.
2. Keduanya mengatur perilaku manusia secara normatif, yang berarti bahwa perilaku manusia dan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

Dan juga menurut Erbert dan Griffin (2015) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Bisnis” etika merupakan keyakinan tentang hal yang benar dan salah, atau hal yang baik dan tidak baik pada suatu tindakan yang mempunyai pengaruh terhadap orang lain. Perilaku Etis yaitu suatu perilaku yang sesuai dengan norma sosial yang diterima secara umum terkait

dengan tindakan-tindakan yang bermanfaat dan yang merugikan. Kemudian dapat kita simpulkan bahwa Perilaku Tidak Etis merupakan perilaku yang tidak sesuai dengan norma sosial yang diterima secara umum yang berhubungan dengan tindakan-tindakan yang bermanfaat dan yang membahayakan. Dan dapat disimpulkan bahwa “Etika Bisnis” merupakan perilaku etis atau tidak etis yang dilakukan oleh karyawan terkait dengan pekerjaan mereka.

Kemudian masih menurut Ariyanto (2014) ada beberapa hal yang perlu ditekankan dalam menerapkan etika bisnis :

1. Pengendalian diri (*self control*)
2. Pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan (*social responsibility*)
3. Mempertahankan jati diri atau tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi
4. Menciptakan persaingan yang sehat
5. Menerapkan konsep “ pembangunan berkelanjutan”
6. Menghindari sifat KKN (Kolusi, Korupsi dan Nepotisme)
7. Harus mampu untuk menyatakan hal benar adalah benar
8. Membentuk sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha pemula.
9. Konsekuen dan konsisten dengan aturan-aturan yang telah disepakati bersama.
10. Meningkatkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati (*sense of belonging*)
11. Menerapkan etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa peraturan maupun perundang-undangan.

B. MENILAI PERILAKU ETIS

Menurut Griffin & Erbert (2015) dalam bukunya pengantar bisnis membahas tentang apa yang membedakan perilaku etis dengan perilaku tidak etis terkadang bersifat subjektif dan bergantung pada berbagai macam opini yang berbeda-beda. Berikut tiga langkah yang memperlihatkan alur sederhana untuk menerapkan penilaian etis terhadap situasi yang dapat timbul selama menjalankan kegiatan bisnis :

1. Mengumpulkan informasi akurat
2. Menganalisis fakta untuk menentukan nilai moral yang sesuai.
3. Melakukan penilaian etis berdasarkan kebenaran atau kesalahan dari kegiatan atau kebijakan yang akan di nilai.

Seperti yang kita ketahui bahwa proses ini tidak selalu mudah seperti yang kita rencanakan, Bagaimana jika faktanya tidak jelas dan bagaimana jika tidak ada nilai moral yang disepakati bersama ? Namun penilaian ini penting untuk memutuskan langkah kedepan, para ahli mengemukakan bahwa penilaian dan keputusan yang dibuat berdasarkan nilai moral dan etis memberikan kepercayaan yang lebih besar bagi semua pihak yang terlibat. Kepercayaan merupakan nilai utama dalam transaksi bisnis apapun.

Perspektif yang lebih kompleks dapat kita nilai berdasarkan dilemma yang umumnya terjadi dan dihadapi para manager mengenai laporan pengeluaran mereka. Perusahaan secara rutin menyediakan dan untuk semua keperluan yang berhubungan dengan pekerjaan, biaya hotel, makan, dan sewa mobil, atau fasilitas transportasi umum jika mereka melakukan perjalanan bisnis atau sedang ada meeting penting dengan klien dengan tujuan bisnis.

Tidak hanya etika dalam berbisnis tetapi etika juga sebagai filsafah moral menurut Arijanto dan Nugroho dalam bukunya “Etika Bisnis” (2014) etika sebagai filsafah moral tidak langsung memberi perintah konkret sebagai pedoman ataupun tolok ukur yang dapat siap pakai. Etika dapat dirumuskan sebagai refleksi kritis dan rasional mengenai :

- a. Nilai dan norma yang menyangkut bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia.
- b. Masalah kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada nilai dan norma moral yang umum diterima.

Akhirnya dalam praktik sehari-hari dalam melakukan bisnis dalam pelaku bisnis harus mengetahui norma-norma yang berlaku dimana kegiatan bisnis tersebut dilakukan. Untuk itu penting sekali dipelajari apakah norma itu ?

Norma adalah dasar dari perilaku dalam satu kelompok tertentu, norma memungkinkan seseorang untuk menentukan terlebih dahulu bagaimana tindakannya itu akan dinilai oleh orang lain, norma juga merupakan kriteria bagi orang lain untuk mendukung atau menolak perilaku seseorang.

Kemudian pengertian daripada “Norma Umum” adalah sebuah aturan yang bersifat umum atau universal. Pada norma umum meliputi :

1. Norma Etik adalah norma yang mengatur pola perilaku dan sikap manusia secara lahir.
2. Norma Hukum merupakan norma yang harus keberlakuannya tegas oleh masyarakat karena dianggap perlu dan dipercaya demi keselamatan dan kesejahteraan manusia dalam bermasyarakat. Norma ini merupakan harapan, keinginan dan keyakinan semua lapisan masyarakat tersebut dan kesejahteraan bermasyarakat yang baik dan bagaimana masyarakat tersebut diatur dengan bijaksana.
3. Norma Moral juga merupakan sebuah aturan tentang sikap serta perilaku manusia sebagai manusia. Norma ini juga merupakan aturan tentang baik-buruknya, adil atau tidaknya tindakan, dan perilaku manusia sejauh dilihat sebagai manusia. Norma moral dipakai sebagai landasan bagi masyarakat dalam menentukan baik-buruknya tindakan manusia kepada pihak lain sebagaimana dengan fungsi atau jabatannya dalam masyarakat.

Hal ini menunjukkan jika moralitas bukan sekedar sesuatu hal yang sentimental saja, mengenai suka atau tidak suka (*like or dislike*), dan lain-lain. Meskipun berkaitan dengan perasaan moral, tidak lantas berarti moralitas menjadi hal yang sentimental. Moralitas punya rasionalis sendiri, paling tidak bahwa semua orang rasional punya reaksi yang umumnya sama atas kasus atau peristiwa sadis, brutal, dan tidak berperikemanusiaan tertentu yang sama dan berlaku umum terlepas dari kaitan personal maupun emosional dengan pelaku atau korban tertentu.

C. TEORI- TEORI ETIKA

Pada dasarnya teori etika ini terbagi atas 3 (Tiga) macam teori etika yaitu:

1. Teori Deontologi yaitu berasal dari Bahasa Yunani, “Deon” berarti kewajiban. Etika Deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibatnya atau tujuan baik dari tindakan yang dilakukan, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada diri sendiri.
2. Etika Teologi yaitu etika yang mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dengan melakukan tindakan itu, atau berdasarkan

akibatnya yang ditimbulkan atas tindakan yang dilakukan. Suatu tindakan dinilai baik, jika bertujuan mencapai suatu yang baik atau akibat yang ditimbulkannya baik dan bermanfaat.

3. Etika Utilitarisme yaitu paham atau aliran dalam filsafat moral yang menekankan prinsip manfaat atau kegunaan (*the principle of utility*) sebagai prinsip moral yang paling mendasar. Dengan prinsip kegunaan dimaksudkan prinsip yang menjadikan kegunaan sebagai tolok ukur pokok untuk menilai dan mengambil keputusan apakah suatu tindakan itu secara moral dapat dibenarkan atau tidak.

Dan kemudian menurut Muslich dalam Kusmiarti (2020) menyatakan bahwa etika bisnis diartikan sebagai pengetahuan tentang cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan normalitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi atau sosial, dan pengetrapan norma dan normalitas ini menjunjung maksud dan tujuan kegiatan bisnis.

Good Corporate Governance (GCG)

Pengertian Konsep Dasar

Menurut Kusmiarti (2020) *Corporate Governance* adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika.

Menurut Mirza (2020) penerapan prinsip GCG pada dunia usaha saat ini merupakan suatu tuntutan agar perusahaan-perusahaan tersebut dapat tetap eksis dalam persaingan global.

Tujuan-tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan dan meningkatkan nilai perusahaan.
2. Mengelola sumber daya dan resiko secara lebih efektif dan efisien.
3. Meningkatkan disiplin dan tanggung jawab dari organ perusahaan demi kepentingan para stakeholder perusahaan.
4. Meningkatkan kontribusi perusahaan
5. Meningkatkan investasi nasional
6. Mensukseskan program privat-isasi perusahaan-perusahaan pemerintah.

Tujuan etika bisnis menurut Rahimaji (2019) adalah menggugah kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan para pelaku bisnis untuk menjalankan good bussines dan tidak melakukan monkey bussines atau dirty bussines yang bisa merugikan banyak pihak yang terkait dalam bisnis tersebut. Etika bisnis mengajak pelaku bisnis mewujudkan citra dan manajemen bisnis yang baik (etis) agar bisnis itu pantas dimasuki oleh semua orang yang mempercayai adanya dimensi etis dalam dunia bisnis.

Menurut Murdaniel (2019) dengan Bahasa yang sederhana budaya perusahaan itu adalah penerapan nilai-nilai yang telah menjadi kebiasaan yang baik dalam perusahaan misalnya bagaimana seorang pelayan took melayani pembeli dengan sebaik-baiknya.

Beberapa kendala untuk mencapai tujuan etika bisnis di NKRI :

Dalam hal ini pendapat Keraf dalam Arief (2019) menjelaskan kendala tersebut adalah :

- 1) Standar moral pelaku bisnismayoritas masih kurang baik, banyak yang menggunakan jalan pintas bahkan memperoleh cara apapun agar meraup keuntungan yang besar.

- 2) Konflik kepentingan masih terus terjadi karena adanya nilai pribadi yang dianut dan tujuan yang hendak dicapai.
- 3) Situasi politik dan ekonomi yang masih jauh dari kata stabil.
- 4) Lemahnya penegakan hukum, banyak orang yang sudah divonis bersalah dan di amankan namun masih dapat berkeliaran bebas dan masih tetap memangku jabatannya di pemerintahan.
- 5) Belum ada organisasi profesi bisnis dan manajemen untuk menegakkan kode etik bisnis dan manajemen.

Bertens dalam ButarButar (2019) tiga posisi penting dalam etika yaitu (1) sistem nilai, yaitu nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya, (2) kode etik, yakni kumpulan nilai moral, kemudian yang terakhir (3) filsafat moral, adalah ilmu mengenai hal baik atau buruk.

METODE PENELITIAN

Metode penulisan yang digunakan dalam artikel ini adalah metode deskriptif yaitu menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikan berdasarkan implementasi terhadap kebijakan perusahaan yang dapat menggambarkan pelaksanaan bisnis etik. Metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri baik satu variable atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variable satu dengan yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. SI merupakan perusahaan yang bergerak dibidang farmasi maka dari itu PT. SI menjunjung tinggi terhadap nilai-nilai kepuasan konsumen, product kami juga dilengkapi oleh studi-studi yang sudah dilakukan puluhan tahun dan terus dikembangkan dengan riset-riset untuk penemuan obat baru demi kelangsungan masa depan perusahaan. PT. SI memiliki konsumen langsung (pasien), maupun konsumen tidak langsung. PT. SI sangat mengedepankan dampak yang positif terhadap pasien, pasien diharapkan mampu sembuh dari penyakit yang di deritanya atau memiliki kualitas hidup yang lebih baik tanpa keluhan penyakit yang di derita oleh pasien. Hal ini seiring dengan harapan dokter-dokter kita bahwa pasien akan sembuh lebih cepat dan berhasilnya pengobatan yang dilakukan, hal ini juga membuktikan bahwa obat sangat efektif mengobati pasien. Dan tidak hanya itu nama baik dokter juga akan dikenal oleh pasien sehingga banyak di referensikan ke kolega maupun keluarga mereka, secara otomatis pasien akan meningkat dan menjadikan Rumah Sakit tersebut terpercaya di mata pasien dan masyarakat umum. Serta mengedepankan nilai-nilai moral dan sopan santun yang baik terhadap karyawannya. Disini perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan perusahaan saja tetapi juga menanamkan tanggung jawab sebagai nilai utama dan pengetahuan yang memadai untuk dapat menyampaikan secara jelas terhadap dokter sehingga pasien dapat ditangani dengan baik dan tepat. Untuk mewujudkan hal itu PT. SI menerapkan ujian secara berkala dan baik lisan dan tertulis untuk tetap menjaga kompetensi para karyawannya. Mengingat tujuan utama kami adalah kesembuhan dan peningkatan kualitas hidup pasien dapat tertangani dengan baik.

Kemudian di PT. SI juga menerapkan beberapa peraturan agar bisnis nya tetap berjalan lancar, tidak ada masalah antara konsumen, didtributor dan mitra kerja kita. Sebenarnya dalam dunia usaha farmasi, apalagi perusahaan farmasi asing mengenai kode etik pemasaran sudah ada wadah yang mengatur itu semua yaitu dalam IPMG (*International Pharmaucetical Manufacturing Global*) di dalamnya mengatur semua interaksi dalam suatu perusahaan

farmasi, interaksi dengan antar pesaingan perusahaan farmasi, interaksi antara perusahaan farmasi dengan dokter, dan interaksi perusahaan farmasi dengan pegawai farmasi.

Peraturan tersebut terbagi dalam:

Standar Perilaku

Dalam melaksanakan semua kegiatan, kami melakukannya dengan penuh kejujuran, integritas, keterbukaan serta menghormati hak azasi manusia, menjaga kepentingan para karyawan kami dan menghormati kepentingan sah dari para relasi kami.

A. Etika bisnis perusahaan terhadap konsumen

- 1) Karena obat yang kami produksi merupakan obat ethical maka pasien untuk mendapatkan obat yang dibutuhkan harus melalui resep dokter dan anjuran pemakaian dari dokter, sehingga pasien tidak dapat membeli secara bebas obat tersebut. Hal ini dilakukan demi keamanan dan kenyamanan pasien itu sendiri agar tidak ada kesalahan dalam menggunakan obat.
- 2) Kami juga mengerti bahwa pasien rata-rata adalah orang awam maka kami sebisa mungkin memberikan pengertian dan edukasi, dengan tetap ramah dan sabar dalam melayani pasien.
- 3) Kami juga memastikan sebelum pasien pulang kerumah, mereka mengerti tentang tata cara meminum obat dan anjuran pemakaian obat.
- 4) Kami pun menyediakan layanan call center 24 jam, sehingga pasien kapanpun bisa menghubungi jika ada kendala.

Dampak jika terjadinya pelanggaran etika bisnis terhadap konsumen:

- a. Pasien dapat membeli secara bebas obat tersebut.
- b. Apabila kita tidak sabar dalam mengedukasi pasien atau tidak melakukan edukasi terhadap pasien, pasti akan sangat banyak terjadinya kesalahan dalam penggunaan obat yang mungkin bisa berdampak fatal bagi pasien.
- c. Apabila kami tidak memastikan pasien mengerti penggunaan dan tata cara meminum obat, maka pasien akan rentan melakukan kesalahan dan pasien merasa tidak diperhatikan oleh layanan kesehatan kami.
- d. Apabila layanan *call center* 24 jam tidak ada, maka tidak ada nomor yang bisa dihubungi oleh pasien jika ada situasi mendesak, dan resiko bagi jiwa pasien sangat tinggi apalagi jika pasien menderita penyakit kronis yang tidak dapat menunda pemberian obat maka akan terjadi hal yang sangat fatal.

B. Etika bisnis perusahaan terhadap karyawan

- 1) Di PT. SI menggunakan dua Bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris mengingat dikantor kami ada beberapa WNA, karyawan pun sebenarnya juga berasal dari berbagai macam suku sehingga kita menerapkan dua Bahasa tersebut atau tidak menggunakan Bahasa daerah.
- 2) Setiap karyawan juga diwajibkan bersikap ramah dan sopan terhadap karyawan lain di semua departemen.
- 3) Kooperatif dan komunikatif serta transparan dalam pekerjaan
- 4) Disiplin, Objektif dan tidak berkelompok.
- 5) Dilarang menyebarkan issue yang tidak benar.

Dampak jika terjadinya pelanggaran etika bisnis terhadap karyawan :

- a. Apabila tidak diseragamkan dalam berbahasa dikantor dikhawatirkan adanya kesenjangan sosial atau ada suatu pihak yang merasa dikucilkan.
- b. Apabila keramahan dan kurangnya komunikasi antar karyawan akan menghambat koordinasi dan semangat kerja karyawan berkurang.
- c. Jika tidak adanya transparansi ditakutkan akan terjadi saling menyalahkan jika ada permasalahan.
- d. Jika tidak adanya disiplin maka semua target kantor tidak akan tercapai dengan baik, kemudian jika adanya subjektivitas makan penilaian kinerja tidak akan ideal dan berkelompok juga akan menimbulkan kubu-kubu sehingga sosialisasi kurang merata.
- e. Issue-issue yang tidak benar akan mempengaruhi mentalitas karyawan, menurunkan kenyamanan dan akan terjadinya penurunan performance karyawan.

C. Etika bisnis perusahaan terhadap mitra bisnis (Dokter)

- 1) Kita di PT. SI di ajarkan bekerja tanpa mengganggu kesibukan atau kewajiban dari mitra kerja kita (dokter).
- 2) Kita juga diberi bekal berupa pemahaman kode etik dengan mitra kerja seperti dibekali pengetahuan tentang apa yang boleh dilakukan dan mana yang tidak boleh dilakukan, mana yang boleh diberikan dan mana yang tidak boleh diberikan.
- 3) Kita selalu menginformasikan dengan baik terkait update-update mengenai kasus-kasus dan pengobatan yang terbaik untuk pasien.
- 4) Ada kegiatan ilmiah yang rutin kita lakukan dengan dokter-dokter untuk selalu berpartisipasi dan selalu menghargai jasa-jasa yang telah dokter lakukan.
- 5) Kami meminta bantuan terhadap dokter-dokter untuk menjelaskan obat-obat kami dalam event-event kegiatan ilmiah, symposium atau seminar.
- 6) PT.SI juga bertanggung jawab penuh atas kejadian atau resiko-resiko apapun yang menyangkut keselamatan jiwa pasien terkait dengan penggunaan obat yang kami produksi.

Dampak jika terjadinya pelanggaran etika bisnis terhadap mitra bisnis (dokter) :

- a. Jika dokter sebagai konsumen tidak langsung merasa terganggu maka akan berakibat berkurangnya respect dokter terhadap kita.
- b. Apabila terjadi pelanggaran diluar yang sudah di tentukan maka perusahaan farmasi akan mendapatkan sanksi dan juga denda dari IPMG sesuai beratnya pelanggaran yang sudah dilakukan.
- c. PT. SI selalu mempercayakan event-event seminar atau symposium sesuai kode etik dan agar apa yang disampaikan valid kebenarannya.
- d. Segala resiko yang mungkin terjadi kepada pasien baik resiko yang sudah di perkirakan mengenai efek samping obat (*side effect*) dan efek samping yang belum diperkirakan (*adverst event*) terhadap pasien menjadi tanggung jawab penuh perusahaan farmasi yang bersangkutan.

D. Etika bisnis perusahaan terhadap mitra bisnis (Rumah Sakit & Apotek)

- 1) PT. SI menjaga hubungan baik dan kerja sama dengan rumah sakit dan apotek dengan memberikan penawaran kerja sama yang baik, tidak membedakan antara Rumah Sakit Swasta dan Pemerintah.

- 2) Apabila ada kerusakan barang atau tidak sesuai dengan pesanan, sebagai perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik dengan senang hati menggantikannya dengan barang yang baru.
- 3) PT. SI pun bersedia menukar barang yang sudah *expired* dengan yang baru sebagai bentuk pelayanan yang terbaik untuk customer dan mitra bisnis kami.
- 4) PT. SI selalu berpartisipasi dalam acara-acara yang diadakan oleh Rumah Sakit sehingga selalu menjaga kerja sama yang baik dengan relasi bisnis PT. SI.

Dampak jika terjadinya pelanggaran etika bisnis terhadap mitra bisnis (Rumah Sakit & Apotek) :

- a. Apabila kita membedakan antara swasta dan pemerintah akan berakibat kurang baik bagi perusahaan karena akan dianggap berat sebelah dan sebenar-benarnya tujuan kita sama yaitu memberikan pengobatan yang terbaik terhadap pasien.
- b. Jika compliance tidak ditangani dengan baik maka akan terjadi kekecewaan pada mitra bisnis maka kerja sama tidak akan berlangsung dengan baik.
- c. Jika PT. SI tidak *care* dengan apa yang terjadi pada mitra bisnisnya seperti event-event penting maka saat itu biasanya pesaing bisnis mengambil kesempatan dan bisa jadi market kita di ambil oleh kompetitor.

E. Etika bisnis perusahaan terhadap mitra bisnis dengan Distributor

- 1) PT. SI menjalin kerja sama dan hubungan baik dengan distributor itu merupakan hal wajib dilakukan tidak semata-mata demi kelancaran bisnis saja, tetapi disini kita bahu-membahu agar tercapainya tujuan dengan baik.
- 2) Demi kenyamanan dan kepuasan customer kami bekerja dengan cepat dan tepat , namun tidak hanya itu tetapi karena kami sangat mengerti bahwa bidang usaha kami menyangkut keselamatan nyawa pasien-pasien yang sedang menunggu di rumah sakit.
- 3) Bagi PT. SI ketepatan waktu dalam mengantarkan pesanan obat terhadap Rumah Sakit merupakan harga diri, karena kepercayaan mitra bisnis bagi kami sangatlah penting untuk kelangsungan bisnis di masa depan.

Dampak jika terjadinya pelanggaran etika bisnis terhadap Distributor :

- a. Apabila PT. SI dan distributor tidak dapat bekerja sama dengan baik maka tujuan akan sulit tercapai dan konflik kepentingan pun tidak dapat dihindari.
- b. Apabila barang sering terlambat datang secara otomatis partner bisnis akan kecewa terlebih apabila ada pasien yang lambat ditangani karena kendala obat maka akan menjadi citra yang buruk bagi Rumah Sakit.

F. Etika bisnis perusahaan terhadap mitra bisnis dengan Pesaing

- 1) Etika bisnis yang dianut oleh PT. SI terutama dan perusahaan PMA yang lain cukup sehat karena sudah diatur oleh kode etik dalam undang dan diatur dalam IPMG (Internasional Pharmaceutical Manufacturing Global) sehingga kami wajib mematuhi peraturan dan etika tersebut.
- 2) Etika bisnis dalam hal ini mengatur seperti kita dilarang melakukan promosi dengan menggunakan nama brand dari masing-masing product kami.

- 3) PT. SI dan perusahaan farmasi lainya juga dilarang memberikan entertaint atau fasilitas diluar kegiatan ilmiah kepada dokter dan farmasi diluar yang sudah di atur dalam IPMG.
- 4) PT. SI juga dilarang memberikan barang-barang mewah yang berlebihan kepada HCP (*health care profesionalis*).

Dampak jika terjadinya pelanggaran etika bisnis terhadap pesaing :

- a. Jika terjadi pelanggaran terhadap etika promosi maka aka nada punishment bagi perusahaan farmasi akan ad sanksi dan denda sesuai dengan beratnya pelanggaran yang sudah dilakukan.
- b. Dilarang promosi menggunakan nama brand karena tidak sesuai dengan kode etik yang telah ditentukan oleh IPMG akan ada sanksi dan denda apabila ada perusahaan farmasi yang melanggar etika bisnis tersebut.
- c. Pemberian fasilitas dan barang mewah menjadi hal yang sangat dilarang karena akan mempengaruhi objektivitas HCP dalam memberikan obat terhadap pasien.

G. Etika bisnis perusahaan terhadap Inovasi :

- 1) PT. SI selalu memberikan inovasi secara berkala dan rutin untuk mengganti seragam kerja kami setiap satu tahun sekali.
- 2) Dari segi product juga kami selalu memberikan inovasi dengan adanya *brand meeting product* dengan pembaharuan kemasan, inavasi packaging dan inovasi rasa-rasa baru.
- 3) Adanya strategi pemasaran yang juga terus diperbarui sesuai dengan kebutuhan pelanggan juga sangat penting dilakukan agar tidak tersingkir oleh competitor.
- 4) Wujud dari hasil riset yang sudah kita fokuskan selama bertahun-tahun maka akan menghasilkan product baru, inovasi baru dan juga trobosan baru di dunia farmasi.

Dampak jika tidak adanya etika bisnis terhadap inovasi :

- a. Untuk mengatasi kejenuhan maka PT. SI selalu mengganti motif dan warna seragam untuk karyawannya agar terlihat lebih hidup.
- b. Dalam hal inovasi product kita rutin mengupdate nya dalam brand meeting agar lebih mudah diingat, dikenal dan tidak menjadi hal yang monoton bagi konsumen, sebisa mungkin kita sesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan selera pasar.
- c. Dalam hal strategi pemasaran kita juga terus berproses agar tidak kalah saing dengan adanya competitor, masih dalam usaha mempertahankan market.
- d. Jika perusahaan tidak melakukan riset maka perusahaan dalam kondisi yang kurang stabil karena artinya dimasa depan tidak ada lagi produksi obat baru dan inovasi product sehingga terancam marger atau bahkan bangkrut.

H. Etika bisnis perusahaan terhadap lingkungan hidup :

- 1) PT. SI terus menginovasi agar limbah atau kemasan produk ramah lingkungan, sehingga mudah untuk diuraikan atau di daur ulang, sangat mengurangi penggunaan kemasan plastik.
- 2) Tidak mencemari atau merugikan hewan, tumbuhan dan masyarakat sekitar.

Dampak jika tidak adanya etika bisnis terhadap lingkungan hidup :

Apabila sampah sulit diuraikan akan menjadi pencemaran lingkungan dan mengancam keselamatan hewan, tumbuhan dan lingkungan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan diatas bahwa PT. SI menjalankan bisnis etik dengan adanya komitmen yang harus dan mewajibkan untuk dijalani oleh perusahaan terhadap setiap jajaran, komitmen yang dijalankan sebagai prinsip yang disatukan dengan erat pada sumber daya manusia, konsumen, mitra usaha dan segala peran penting yang ada pada perusahaan untuk dapat mematuhi dan dijadikan dasar nilai moral setiap tindakan yang akan diambil untuk dapat memberikan citra yang baik bagi perusahaan bagi para pasien terhadap peraturan-peraturan hukum yang berlaku serta untuk menghindari adanya masalah atau konflik yang terjadi karena konflik yang terjadi, tentu akan berdampak buruk pada pelanggan juga citra perusahaan sebagai kunci dari segala tindakan. Informasi etika bisnis pada perusahaan juga menjadi indikator untuk PT. SI untuk seluruh jajaran perusahaan.

Saran

Menurut saya yang harus diperbaiki pada PT. SI adalah :

- 1) Diharapkan ada penghargaan bagi karyawan berprestasi agar motivasi karyawan meningkat.
- 2) Agar lebih di perjelas lagi jenjang karir bagi karyawan.
- 3) Inovasi dan riset harus lebih di fokuskan kembali agar competitor tidak mencuri peluang saat kita sedang berproses.
- 4) Mengadakan kotak saran bagi konsumen langsung dan tidak langsung sebagai salah satu masukan untuk perkembangan inovasi dan riset.
- 5) Selalu waspada terhadap aktivitas kompetitor.
- 6) Menambah kerja sama dengan distributor sehingga apabila ada kendala pengiriman atau stok kosong dapat diatasi dengan adanya mitra bisnis yang lain.
- 7) Agar ditingkatkan lagi rasa kekeluargaan sehingga karyawan lebih nyaman bekerja di PT. SI.

DAFTAR RUJUKAN

- Arief, H. M. (2019). Bussines Ethic And Good Governance (BE & GG) Etika Bisnis Pada PT. SUCACOM Tbk. *Jurnal Ekonomi Dan Managemen Sistem Informasi*, 1., (2)., 154-161.
- Arijanto, A. (2014). *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- ButarButar, B. (2019). Peranan Etika Bisnis Dalam Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Managemen Sistem Informas*, 1., (1)., 187-195.
- Erbert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis Edisi Sepuluh*. Jakarta: PENERBIT ERLANGGA.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kusmiarti, P. (2020). Implementasi Etika Bisnis Dan Good Governance Pada Perkebunan Kelapa Sawit PT. BUMITAMA GUNAJAYA ARGO. *Jurnal Ekonomi Dan Managemen Sistem Informasi*, 1., (3)., 196-210.
- Mirza, M. (2020). Prinsip- Prinsip Good Corporate Governance Dan Bussines Ethics Pada PT. Unilever. *Jurnal Ekonomi Dan Management Sistem Informasi*, 1., (3)., 261-271.

- Murdaniel, R. P. (2019). Bussines Ethic McDONAL'S. *Jurnal Ekonomi Dan Managemen Sistem Informasi*, 1., (2)., 174-181.
- Nugroho, A., & Arijanto, A. (2015). *Etika Bisnis*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Rahimaji, A. (2019). Etika Bisnis Pada PT.XYZ. *Jurnal Ekonomi Dan Managemen Sistem Informasi*, 1., (2)., 146-152.
- Velasquez, M. G. (2005). *Bussines Ethics*. Yogyakarta: ANDI.