

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

Business Ethics Dilemma: Menentukan Kebijakan “Hadiah dan Hiburan” di Indonesia [Filsafat, Etika, dan Kearifan Lokal untuk Konstruksi Moral Kebangsaan]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Book chapter
Authors	Fachruddin, Kemas
Publisher	Globethics.net
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-06-12 04:42:56
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/207643

BUSINESS ETHICS DILEMMA: MENENTUKAN KEBIJAKAN “HADIAH DAN HIBURAN” DI INDONESIA

Kemas Fachruddin

Abstract

Gifts and entertainment are a part of business ethics where policy needs to be set by the company. Offering gifts and entertainment can lead to corrupt practices and if not properly regulated can damage the credibility of the company; therefore specific rules are needed, apart from the general rules of business ethics.

Provisions must be clear and easy to understand, so as not to give rise to multiple interpretations. The definitions of gifts and entertainment should be made as clear as possible, including the principles of giving and receiving gifts.

Pendahuluan

Pada umumnya aturan yang ada di dalam “Etika Bisnis” yang dibuat oleh Perusahaan hanya memuat hal-hal yang bersifat umum. Jika ada hal-hal yang perlu diatur secara khusus, maka perusahaan perlu membuat aturan tambahan yang menjelaskan hal-hal umum tersebut agar tidak terjadi kesalahpahaman ataupun multi tafsir dari pasal-pasal yang ada di dalamnya. “Etika Bisnis yang baik, seharusnya memuat aturan secara sederhana, mudah dimengerti dan tidak bersifat multi tafsir dan bersifat operasional, karena aturan tersebut diperuntukkan untuk semua karya-

wan pada semua tingkatan yang ada di dalam perusahaan dengan ragam kualifikasi yang berbeda. Banyaknya aturan di dalam Etika Bisnis yang bersifat multi tafsir dan samar-samar menyebabkan “Etika Bisnis” menjadi tidak efektif dan pada akhirnya hanya akan menjadi slogan perusahaan.

Salah satu topik yang ada dalam Etika Bisnis adalah aturan mengenai “Hadiah and Hiburan” [Gift and Entertainment]. Kebijakan perusahaan mengenai “Hadiah dan Hiburan” merupakan salah satu aturan yang penting dalam melengkapi kebijakan perusahaan dalam menjalankan Etika Bisnis. Pada perusahaan multi nasional terutama perusahaan yang berbasis di Amerika aturan ini disebut “Gift and Entertainment “ Policy. Aturan yang ada didalamnya dibuat untuk mengatur perilaku individu terhadap kebijakan perusahaan di dalam memberi dan menerima “Hadiah dan Hiburan”.

Memberi dan saling bertukar hadiah sangat dianjurkan karena hal ini dapat mempererat tali persaudaraan, apalagi hadiah tersebut diberikan dengan niat yang ikhlas. Dalam konteks bisnis “Hadiah dan Hiburan” merupakan salah satu sarana bagi perusahaan dalam membangun hubungan bisnis, misalnya “Hadiah dan Hiburan” yang dilakukan dalam hubungan memperkenalkan produk baru, promosi ataupun membangun hubungan bisnis terhadap pelanggan, mitra kerja, pemasok, termasuk lembaga pemerintah. Namun demikian, kebijakan ini perlu diatur dengan tepat dan benar karena “Hadiah dan Hiburan” yang diberikan dapat berpotensi menjadi suap yang pada gilirannya akan menghancurkan kredibilitas perusahaan.

Pengertian dan Definisi

Sebelum perusahaan membuat suatu kebijakan mengenai “Hadiah dan Hiburan”, maka perlu dibuat pengertian dan definisi yang jelas mengenai kata “Hadiah” dan “Hiburan”. Pada umumnya kedua kata ini dipahami sebagai satu kesatuan yang memiliki suatu tujuan yang sama,

dan bahkan pengertiannya sering ditukar balikkan. Pada kenyataannya “Hadiah dan Hiburan” memiliki pengertian dan tujuan yang berbeda. “Hadiah” secara bahasa adalah sesuatu yang kita berikan kepada orang lain. Menurut kamus “Essential Dictionary” [Collin Cobuild] hadiah adalah sesuatu yang diberikan kepada seseorang sebagai pemberian, misalnya hadiah ulang tahun, memberikan kepada seseorang dalam bentuk buku. Menurut Ahmad Ath-Thawil, “Hadiah” yang disyariatkan adalah memberikan sesuatu kepada seseorang untuk menjalin tali persahabatan dan mengharapakan pahala tanpa adanya tuntutan dan syarat. Jadi syarat hadiah adalah, dia harus bebas dari adanya maksud tertentu dan tidak ada syarat yang harus dibalas sebagai imbalan dari pemberian tersebut.

Dari definisi yang sudah dijelaskan, maka kita dapat membuat pengertian hadiah dalam aktivitas bisnis. “Hadiah” adalah suatu pemberian sebagai tanda persahabatan atau penghargaan baik berupa barang, dana atau setara dengan nilai uang, potongan harga, oleh-oleh atau jasa lainnya. “Hadiah” harus diberikan tanpa mengharapakan sesuatu, menerima keuntungan atau keharusan untuk mendapatkan imbalan. Jika perusahaan memberikan hadiah dalam bentuk barang, maka sebaiknya diberikan logo perusahaan atau pesan-pesan yang dimaksudkan sebagai media untuk promosi perusahaan.

“Hiburan” adalah sesuatu yang diterima atau diberikan dalam rangka membangun hubungan bisnis atau mempererat hubungan bisnis, yang dapat berupa sponsor kegiatan sosial, kegiatan olahraga, tiket dan akomodasi dimana pihak pemberi hiburan hadir dalam kegiatan tersebut. Jika pihak pemberi tidak hadir, maka hiburan dimasukkan dalam pengertian “Hadiah”. Jadi kehadiran menjadi penting dalam membedakan “Hadiah” dan “Hiburan.” Jadi yang membedakan hadiah dan suap adalah ekpektasi keuntungan atau harapan untuk mempengaruhi. Markula Centre for Applied Ethics memberikan definisi: “A gift is

something of value given without the expectation of return and bribe is the same thing given in the hope of influence or benefit.”

Prinsip dari Hadiah dan Hiburan

Bertitik tolak dari pengertian “Hadiah dan Hiburan” seperti yang dijelaskan, maka kita harus membuat perlakuan yang berbeda dalam menerima dan memberi “Hadiah dan Hiburan” tersebut. Berikut ini adalah beberapa prinsip dalam memberi dan menerima “Hadiah dan Hiburan”

Prinsip Dalam Menerima dan Memberi Hadiah

Tidak ada ketentuan yang baku bagaimana dan berapa nilai nominal yang dapat dikatakan sebagai “kepantasan” dalam menerima dan memberi hadiah kepada individu maupun suatu organisasi. Tetapi perusahaan harus membuat suatu batasan yang bersifat normatif dan memberikan nilai nominal dengan menggunakan satuan unit moneter agar karyawan dapat menentukan kelayakan dari suatu Hadiah.

Ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam menerima hadiah: (1) perusahaan harus memberikan suatu nilai nominal tertentu berapa nilai satuan moneter yang masih dapat diterima misalnya Rp 100.000; (2) hadiah tidak dalam bentuk uang tunai atau setara dengan uang tunai misalnya cek, surat berharga, voucher belanja; (3) tujuan pemberian hadiah harus dipastikan tidak merupakan suap. artinya “Hadiah” tersebut tidak diberikan oleh si pemberi dengan maksud untuk mendapatkan sesuatu dari penerima baik langsung maupun tidak langsung; (4) tidak diberikan secara sembunyi, artinya penerima harus dapat membuktikan secara transparan bahwa pemberian tidak bersifat menyuap dan dicatat dalam buku registrasi khusus; (5) tidak diberikan kepada oleh satu individu ataupun suatu organisasi yang sama secara terus menerus di luar batas kewajaran

Prinsip dalam memberikan hadiah yaitu (1) tidak memberikan hadiah dalam bentuk uang tunai atau setara dengan uang tunai, kecuali yang diperbolehkan oleh perusahaan, seperti pemberian bantuan beasiswa, hadiah karena promosi produk perusahaan; (2) harus dipastikan bahwa memberi hadiah bukan atas nama pribadi dan mendapat persetujuan pimpinan perusahaan. Harus diusahakan untuk mendapatkan persetujuan paling tidak tiga pimpinan perusahaan dengan maksud agar karyawan tidak dengan mudah memberikan hadiah. Birokrasi yang terlalu sederhana dalam memberikan hadiah akan membuat peluang suap; (3) harus diperhatikan, jika memberi hadiah kepada pihak lain, dimana kita mengetahui bahwa pihak /organisasi tersebut memiliki kebijakan yang melarang menerima hadiah. Misalnya perusahaan sudah mengerti bahwa memberikan kepada pegawai pemerintah adalah perbuatan melanggar hukum, maka perusahaan harus memberikan perhatian khusus jika ingin memberikan hadiah; (4) tidak memberikan hadiah yang dapat dianggap sebagai suap dalam rangka mencari keuntungan perusahaan yang bersifat melawan hukum. Terutama jika hadiah tersebut dikaitkan dengan suatu pekerjaan yang akan dilakukan; (5) harus bersifat transparan dan dicatat dalam buku register perusahaan. Perusahaan harus menyediakan register atau yang disebut catatan mengenai hadiah yang berisi kepada siapa hadiah diberikan, apa jenis hadiahnya dan kapan diberikan.

Prinsip dalam Menerima dan Memberi “Hiburan”

Karena “Hadiah dan Hiburan” memiliki kemiripan, maka dalam membuat aturan Etika Bisnis perlu diperhatikan beberapa prinsip dasar sebagai berikut: (1) harus diperhatikan hiburan yang diterima ataupun diberikan tidak bersifat berlebih-lebihan. Artinya hiburan tersebut harus berada dalam batas kewajaran, misalnya acara makan malam bersama ataupun acara peresmian suatu proyek; (2) tidak dianggap sebagai suap dalam rangka untuk mendapatkan sesuatu atau mendapatkan keuntungan yang bersifat melawan ketentuan hukum, misalnya memberikan tiket

perjalanan ke suatu tempat pembuatan suatu produk dimana pihak yang diundang adalah orang yang akan menyetujui produk tersebut; (3) harus diperhatikan, jika memberi hiburan kepada pihak lain, dimana kita mengetahui bahwa pihak /organisasi tersebut memiliki kebijakan yang melarang menerima “Hiburan”, misalnya suatu perusahaan yang sudah kita ketahui memiliki kebijakan dimana semua karyawannya tidak diperkenankan menerima hiburan, maka kita tidak boleh melibatkan perusahaan tersebut; (4) tidak bersifat terus menerus. Dalam hal ini perusahaan harus memberikan batasan, misalnya satu atau dua kali dalam setahun; (5) tidak menerima ataupun memberikan hiburan yang melanggar norma-norma susila; (6) harus bersifat transparan, artinya setiap menerima dan memberi “Hiburan harus dicatat dalam registrasi Perusahaan.

“Hadiah dan Hiburan” Untuk Pegawai Pemerintah

Pada umumnya setiap negara memiliki aturan yang berbeda dalam melihat kepantasan suatu “Hadiah dan Hiburan” yang diberikan kepada pegawai pemerintah. Tetapi pada umumnya peraturan tersebut lebih ketat dibandingkan dengan aturan yang ada pada perusahaan. Perusahaan dalam hal ini adalah suatu usaha berbadan hukum dimana mayoritas sahamnya bukan dimiliki oleh pemerintah. Memberikan “Hadiah” ataupun “Hiburan” kepada pegawai pemerintah adalah kebijakan perusahaan yang berpotensi melakukan pelanggaran terhadap korupsi, oleh karena itu harus dilakukan dengan mengacu kepada aturan main yang jelas. Masalah hadiah dan hiburan untuk pegawai pemerintah atau pegawai negeri selalu diatur dalam undang-undang korupsi, karena “Hadiah” atau “Hiburan” pada hakekatnya adalah suap kecuali jika diberikan dengan tanpa syarat.

Sebagai contoh, di India ada The Prevention of Corruption Act, 1988 (POCA), di mana gratifikasi diatur lebih flexible untuk acara-acara keagamaan (Dewali festival). Jika hadiah yang diterima melebihi batas

yang ditentukan oleh POCA, maka diharuskan untuk dilaporkan kepada bagian yang lebih tinggi. Di Jepang “Hadiah dan Hiburan” diatur didalam The National Public Service Ethics Code”. Jika pegawai pemerintah menerima hadiah melebihi 5000 Yen (lebih kurang setara dengan Rp 500,000), maka harus melaporkan kepada atasan yang tertinggi ataupun kepada lembaga tertinggi. Di Korea “Hadiah dan Hiburan” diatur dalam “Anti-Corruption Act” dan The Public official Code of Conduct. Hadiah dalam bentuk uang, pinjaman bebas bunga, kegiatan-kegiatan hiburan seperti main golf, tiket untuk pertunjukkan hiburan, minuman beralkohol yang mahal dilarang untuk diterima oleh pegawai pemerintah.

Di Malaysia, “Hadiah dan Hiburan” diatur didalam Anti-Corruption Commission Act-2009. Hadiah dibawah nilai 100 Ringgit (lebih kurang setara dengan Rp 285,000 boleh diterima tergantung bentuknya, tapi jika nilai tersebut meragukan, maka harus dilaporkan kepada atasan. Hadiah dapat dikatakan hadiah jika nilainya melebihi $\frac{1}{4}$ dari gaji pegawai atau melebihi 500 Ringgit mana yang lebih kecil, maka harus dilaporkan kepada kepala departemen untuk mendapat persetujuan. Jika nilainya lebih kecil dari $\frac{1}{4}$ dari gaji atau 500 Ringgit, mana yang paling kecil, maka tidak perlu dilaporkan. Di Philipina, “Hadiah dan Hiburan” diatur dalam undang-undang anti korupsi “The Anti-Graft and Corrupt Practices Act RA 3019 dimana sangsi hukumannya cukup berat berkisar dari enam sampai 15 tahun. Pegawai negeri hanya boleh menerima “Hadiah dan Hiburan” dalam bentuk plakat penghargaan ataupun pemberian yang sifatnya berbentuk penghargaan dan tidak berupa uang yang tidak bertendensi suap.

Di Indonesia “Hadiah dan Hiburan” untuk pegawai pemerintah diatur didalam Undang-Undang No.20 Tahun 2001 yaitu perubahan atas Undang-Undang No.31 Tahun 1999. Pemberian “Hadiah dan Hiburan” disebut gratifikasi. Gratifikasi adalah pemberian secara luas yakni meliputi pemberian uang, barang, rabat, komisi, tiket perjalanan, fasilitas

penginapan, perjalanan wisata dan fasilitas lainnya. Jadi Undang-Undang ini tidak memisahkan mana hadiah ataupun hiburan.

Hukuman menerima gratifikasi menurut pasal 12 B ayat 2 dapat dipenjara seumur hidup, jika pegawai negeri yang menerima gratifikasi tersebut tidak melaporkan kepada Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, karena gratifikasi ini adalah merupakan bentuk kejahatan yang masuk dalam katagori “KORUPSI” Yang menarik dari gratifikasi pada pasal 12B Undang-Undang No.20 Tahun 2001 adalah masalah pembuktian apakah suatu pemberian tersebut merupakan gratifikasi atau bukan. Jika nilainya sebesar sepuluh juta rupiah (Rp 10,000,000) atau lebih, maka gratifikasi tersebut harus dibuktikan sendiri oleh si penerima, tetapi jika nilainya di bawah sepuluh juta, Rp 10,000,000 maka pembuktiannya harus dilakukan oleh penuntut umum. Hal ini menunjukkan bahwa jika harta seorang pegawai negeri bernilai sangat besar atau berada di luar kewajaran, maka pegawai negeri tersebut harus dapat membuktikan bahwa hartanya bukan gratifikasi atau diterima dari hasil suap.

Budaya dalam Memberi Hadiah

Memberi hadiah dalam arti yang sesungguhnya, artinya bukan dalam kontek suap atau korupsi adalah berbeda pada setiap negara. Pada umumnya setiap negara memiliki budaya tersendiri sesuai dengan norma-norma yang ada dalam Negara tersebut. Kebiasaan pada suatu negara tertentu boleh jadi tidak sesuai dengan budaya pada negara lain, bisa jadi apa yang pantas pada suatu Negara bisa jadi menjadi tidak pantas pada Negara lain. Latar belakang agama kadang-kadang juga memberi kontribusi terjadinya perbedaan budaya didalam memberikan hadiah. Susan Clot de Broissia dari Netique Gift Boutque mengelompokkan hadiah sesuai dengan tingkatan kepentingan menurut budaya di masing-masing negara dengan peringkat (1) tinggi; (2) sedang dan (3) rendah. Pengelompokkan ini merupakan petunjuk dan bukan merupakan hal yang bersifat komprehensif

Negara	Peringkat Pentingnya Dalam Memberi hadiah		
	Tinggi	Sedang	Rendah
Jepang	X		
Amerika Latin		X	
Timur Tengah		X	
Korea		X	
China		X	
Taiwan		X	
Malaysia		X	
Canada			X
Australia			X
Amerika Serikat			X
Negara Eropa			X

Tabel 1 [Peringkat Pentingnya Hadiah]

Dari table 1 dapat kita tarik suatu pendekatan bahwa bagi orang Jepang memberi hadiah adalah suatu simbol persahabatan dan penghargaan dan hadiah yang mahal tidak dipandang sebagai suap, tetapi bagi orang Amerika ataupun Eropa, memberi hadiah sangat jarang dilakukan dan sebisa mungkin untuk dihindari karena hadiah dapat berkonotasi suap.

Pengalaman penulis pada waktu melakukan kunjungan bisnis ke salah satu perusahaan Jepang yang berada di Indonesia memberikan pelajaran bahwa menolak menerima “Hadiah” atau “Hiburan” dapat membuat ketidak harmonisan hubungan bisnis. Pada waktu itu penulis kedatangan satu tim kerja dari kantor pusat di Amerika untuk mengunjungi suatu fasilitas pembuatan peralatan listrik yang berada di Indonesia. Setelah kunjungan selesai, maka tim kami diajak untuk makan siang di salah satu restoran. Setelah makan siang selesai, maka penulis langsung meminta pelayan restoran untuk menghitung semua tagihan dan kemudian membayarnya. Kemudian salah seorang dari pimpinan perusahaan Jepang tersebut menanyakan kenapa tagihan makan siang dibayar oleh tamu mereka. Sang pimpinan perusahaan tersebut sangat marah kepada penulis, dan kemudian secara diplomatis penulis langsung menjelaskan

bahwa akan ada acara makan malam bersama dan saudara dapat membayar makan malam tersebut sebagai ganti dari makan siang.

Di dalam Etika Bisnis hal ini disebut hubungan timbal balik. Mendengar penjelasan ini barulah sang pimpinan perusahaan merasa terhibur. Budaya ini tidak dapat kita terapkan di negara Amerika ataupun negara-negara Eropa, karena kalau kita tidak melakukannya dengan benar, undangan makan siang dapat berimplikasi suap.

Hubungan Hadiah dan Suap terhadap Etika

Semua keputusan, apakah itu keputusan bisnis ataupun keputusan politik haruslah dibuat berdasarkan norma-norma aturan yang telah disepakati dan harus dilandasi berdasarkan kaedah professional dari seorang pengambil keputusan, bukan berdasarkan apakah seorang pengambil keputusan menerima sebuah rumah mewah ataupun undangan makan malam yang mewah di hotel berbintang. Seorang pengambil keputusan, baik yang bekerja di perusahaan swasta maupun sebagai pegawai negeri sebaiknya tidak menerima hadiah ataupun hiburan yang berhubungan dengan kegiatan pekerjaannya, apalagi jika hadiah tersebut diterima dalam konteks adanya kekuasaan.

Nilai-nilai normatif membolehkan seseorang menerima hadiah dengan cara dan persyaratan yang ditetapkan oleh perusahaan. Jika seorang pengambil keputusan menerima hadiah, maka kualitas nilai keputusannya menjadi bias dan sudah barang tentu kualitas keputusannya diragukan kesahihannya. Kebiasaan menerima hadiah atau hiburan dalam konteks bisnis akan berdampak pada budaya kerja organisasi. Perusahaan semaksimal mungkin harus menghilangkan persepsi negatif dari publik terhadap nilai-nilai perusahaan tersebut. Kebijakan menerima dan memberikan hadiah atau hiburan jika tidak diolah dengan tepat akan menghancurkan perusahaan dalam hitungan detik.

Sedangkan untuk membangun persepsi positif diperlukan waktu yang sangat panjang. Perilaku buruk seseorang akan menghancurkan

semua jerih payah karyawan yang telah dibangun selama bertahun-tahun dengan susah payah. Skandal penyadapan telepon Murdoch menjadikan pelajaran penting buat kita semua bagaimana sebuah pelanggaran etika yang dilakukan seseorang dengan sangat cepat berpotensi menghancurkan sebuah perusahaan ternama. Berikut ini isi surat yang dibuat oleh Rupert Murdoch sebagai seorang CEO dari “News Corp” yang dikirimkan kesemua stakeholder setelah terjadinya skandal penyadapan telepon di “News of the World”.

Dear Colleagues,

Today, James and I appeared before a committee of the UK Parliament with regard to the issues connected to the News of the World. We did so to apologise, reiterate the Company's corporation with the police and explain what we are doing to resolve these issues. A copy of the news release we issued to day is also attached to this note.

I was shocked and appalled by recent allegations concerning the News of the World and I am deeply sorry for the hurt that was caused. And we have taken responsibility.

I have led this company for more than 50 years and have always imbued it with an audacious spirit. But I have never tolerated the kind of behavior that has been described over these past few weeks. It has no place at News Corporation. These serious allegations made about some of our former employees at the News of the World directly contravene our codes of conduct and do not reflect the actions and beliefs of our many employees.

We are company of more than 50,000 dedicated men and women who every day bring a deep passion and commitment to their jobs. Our vibrant business lead their sectors and our future is strong. We are a great company that has set the pace and created much loved journalism, television and film for six decades and we will continue to do so for years to come.

In regard to the issues at News International, we are taking urgent steps to address the past and ensure that serious problems never happen again.

The Company has created an independent Management & Standard Committee to determine new standard that will be clearly communicated and consistently enforced. The committee is independently chaired by Lord Grabiner QC and has direct governance and oversight from News Corporation Board members, Joel Klein and Viet Dinh.

The company will continue to co-operate fully with the authorities wherever the investigations lead. Those who have betrayed our trust must be held accountable under the law. We also welcome and will cooperate with Parliamentary and Judicial inquiries.

Last week we made the difficult but necessary decision to close the 168-year-old news of the World and we accepted the resignations of Rebekah Brooks and Les Hinton.

These actions are all strong signals of the seriousness with which we are addressing allegations of past wrongdoing at the News of the World

I want all of you to know that I have the utmost confidence that we will emerge a stronger company. It will take time for us rebuild trust and confidence, but we are determined to live up to the expectations of our stockholders, customers, colleagues and partners.

We are determined to put things right.

Sincerely,

Rupert Murdoch

Dari isi surat tersebut dapat kita simpulkan bahwa Etika Bisnis perlu secara terus menerus di sosialisasikan secara konsisten dan dikomunikasikan dengan baik kesemua lapisan karyawan, karena jika sekali ada kesalahan yang dibuat oleh seorang pegawai akan berdampak pada semua stakeholder, dan sangat sulit untuk memperbaikinya. Diperlukan waktu yang lama dan biaya yang sangat besar untuk meyakinkan publik

ataupun meyakinkan semua pihak yang terlibat. Hal lain yang dapat kita petik dari pelajaran ini adalah komitmen pimpinan puncak perusahaan dan tindakan tegas yang perlu diambil

Dilema Etika Bisnis bagi Perusahaan

Telah dijelaskan bahwa “Hadiah dan Hiburan” merupakan bagian penting dari “Etika Bisnis” yang ada dalam kebijakan perusahaan. Sama seperti konflik kepentingan [Conflicts of Interest], “Hadiah” atau “Hiburan” merupakan aturan main didalam “Etika Bisnis” yang perlu dibuat dengan jelas agar semua karyawan dapat dengan mudah mengerti dan tidak menimbulkan salah interpretasi. Aturan Etika Bisnis yang baik seharusnya tidak menimbulkan multi tafsir dan harus dibuat dengan bahasa yang sederhana agar semua karyawan dapat memahaminya. Oleh karena itu “Etika Bisnis” disebut juga “Code of Conduct” artinya aturan dalam bertindak dalam rangka menjalankan kegiatan bisnis.

Ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan di dalam membuat aturan mengenai “Hadiah dan Hiburan” agar kita dapat menghindari dilemma Etika Bisnis :

Nilai Unit Moneter

Di dalam membuat aturan mengenai “Hadiah dan Hiburan” perlu dibuatkan nilai nominal dengan menggunakan satuan moneter, bisa dalam rupiah, dolar, yen, dsb. Hal ini dimaksudkan agar semua karyawan mengerti berapa batasan yang boleh diberikan maupun yang boleh diterima. Contoh pertama, karyawan diperbolehkan menerima hadiah yang setara dengan nilai nominal Rp 200,000, tetapi harus dicatat didalam registrasi hadiah dan hanya boleh diterima setelah mendapatkan persetujuan atasan dan bagian hukum. Contoh kedua, jika karyawan menerima hadiah melebihi nilai nominal Rp 200,000 harus dicatat dalam

registrasi hadiah dan hanya boleh diterima setelah mendapatkan persetujuan Komite Etika

Difinisi

Karena hadiah dan hiburan merupakan istilah yang sering ditukar balikkan, maka perlu dibuatkan definisi yang jelas apa yang dimaksud dengan hadiah dan hiburan. Pada umumnya perusahaan menggabungkan kedua pengertian tersebut, seolah-olah hadiah dan hiburan memiliki pengertian yang sama.

Kondisi

Kondisi di mana hadiah dapat diterima atau diberikan perlu dibuat se jelas mungkin. Karyawan dapat menerima hadiah dari pihak luar perusahaan mulai dari tingkat bawah sampai ke tingkat pimpinan tertinggi, tetapi tidak semua karyawan dapat memberikan hadiah kepada pihak lain. Memberikan hadiah harus dilakukan oleh karyawan atas nama perusahaan, tidak atas nama pribadi, hal ini berarti hanya tingkat jabatan tertentu yang dapat melakukannya.

Contoh pertama, karyawan dilarang menerima hadiah dalam bentuk uang kontan atau voucher belanja. Contoh kedua, karyawan dilarang menerima hadiah yang berpotensi suap. Contoh ketiga, memberikan hadiah dalam bentuk barang harus menggunakan logo perusahaan. Contoh keempat, karyawan dilarang memberikan hadiah kepada pegawai pemerintah sebelum mendapatkan persetujuan Komisi Etika.

Memberi hadiah kepada pegawai pemerintah

Perusahaan sering menghadapi dilemma dalam membuat aturan “Hadiah dan Hiburan” yang berhubungan dengan pegawai pemerintah. Hal ini dapat dimengerti karena banyaknya individu pegawai pemerintah

yang berperilaku korup. Sekalipun undang-undang telah dengan sangat jelas mengatur masalah hadiah dan hiburan, tetapi pegawai pemerintah tidak bergeming dengan aturan tersebut. Setiap tahun sebelum hari Raya keagamaan seperti lebaran dan hari natal, KPK selalu mengeluarkan peringatan kepada semua pegawai pemerintah dan masyarakat untuk tidak menerima parcel lebaran. Jika semua pegawai pemerintah ikut mematuhi Undang-Undang No.20 Tahun 2001 dan Undang-Undang No.31 Tahun 1999, sejojanya KPK tidak perlu mengeluarkan peringatan tersebut. Definisi gratifikasi, definisi pegawai negeri, dan ancaman hukumannya amat sangat jelas dalam undang-undang tersebut, tetapi masih saja sering terjadi pelanggaran etika.

Memberikan hadiah ataupun hiburan kepada pegawai pemerintah, kadang-kadang dilema yang harus dihadapi oleh perusahaan swasta. Ada tekanan dari perusahaan yang harus dilakukan oleh seseorang dalam mengambil suatu keputusan, walaupun keputusan tersebut tidak realistic. Pada table 2 dapat dilihat hubungan tekanan terhadap perilaku etika bisnis.

No	What are top three factors that are most likely to cause people to compromise and organization's ethical standards	% of Managers
1	Pressure to meet unrealistic business objectives/deadlines	69.7
2	Desire to further one's career	38.5
3	Desire to protect one's livelihood	33.8
4	Working in environment with cynicism or diminished morale	31.1
5	Improper training/ignorance that the act was unethical	27.7
6	lack of consequence if caught	24.3
7	Need to follow boss's orders	23.5
8	Peer pressure/desire to be a team player	14.9
9	Desire to steal from or harm the organization	9.5
10	Wanting to help the organization survive	8.7
11	Desire to save jobs	7.9
12	A sense of loyalty	6.9

Tabel 2 [Tekanan Terhadap Perilaku Etika Bisnis]

Sumber : Good Practice Guide. Ethics in Decision-making,IBE

Proses Persetujuan

Mekanisme persetujuan terhadap bagaimana hadiah ataupun hiburan diberikan kepada pihak di luar perusahaan harus dijelaskan di dalam ketentuan “Hadiah dan Hiburan”, begitu juga terhadap pihak yang diperbolehkan menerima “Hadiah dan Hiburan”. Persetujuan haruslah dibuat sedemikian rupa sehingga tidak mudah bagi seseorang untuk dapat member ataupun menerima hadiah. Proses persetujuan yang mudah akan berdampak pada kebiasaan perilaku memberi dan menerima hadiah. Sebagai contoh, untuk member hadiah kepada mitra kerja perusahaan yang bernilai setara dengan Rp 200,000 harus disetujui paling sedikit 3 direktur perusahaan [direktur operasi, Direktur Utama dan ketua komisi etika bisnis]

Registrasi (Buku Catatan Hadiah dan Hiburan)

Perusahaan perlu membuat buku registrasi terhadap penerima dan pemberi “Hadiah” atau “Hiburan”. Sebaiknya buku registrasi ini di berikan kepada komite Etika Bisnis sebagai bagian yang bertanggung jawab terhadap hal-hal yang berhubungan dengan masalah etika. Buku registrasi berguna untuk memonitor siapa saja yang sering memberikan dan menerima hadiah dan dalam keperluan apa hadiah tersebut diberikan, sehingga perusahaan dapat mencari metode yang tepat untuk mengurangi dan bahkan menghilangkannya.

Mengatasi Dilema Etika Bisnis

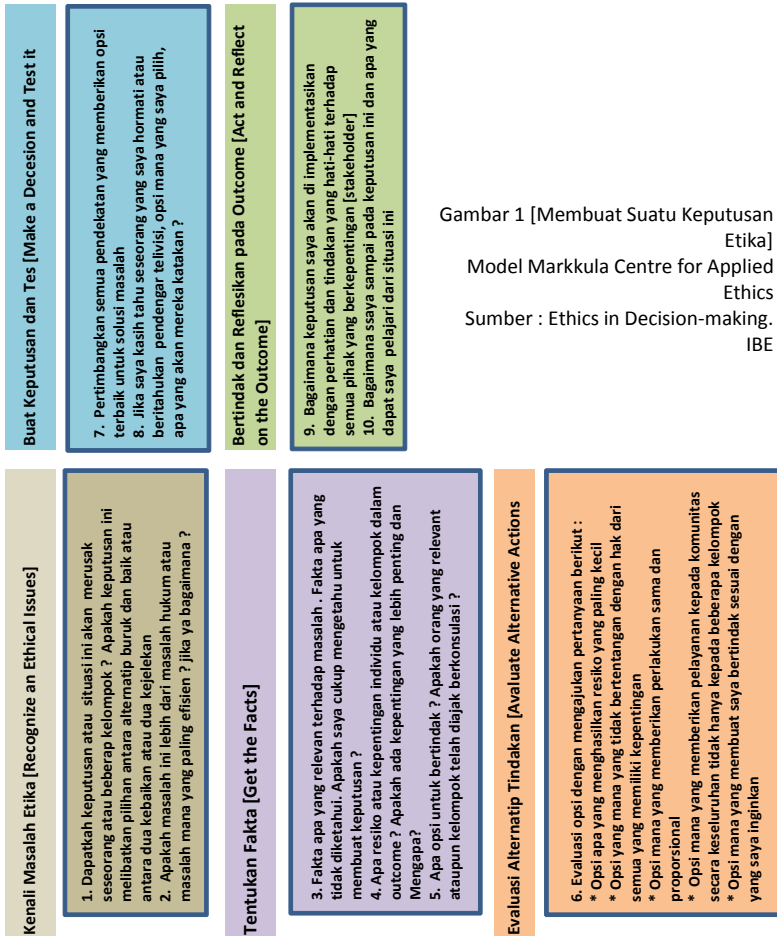
Para pengambil keputusan sering dihadapkan pada dilema di dalam menentukan keputusan bisnis, terutama jika hal tersebut berkaitan dengan masalah Etika Bisnis. Misalnya seorang pimpinan perusahaan mengundang salah seorang pejabat pemerintah untuk memberikan masukan dalam suatu acara perencanaan proyek yang melibatkan pemerintah.

Sang pejabat memberikan konfirmasi untuk datang, asalkan beberapa fasilitas yang diminta disediakan, seperti tinggal di hotel berbintang lima, kamar hotel untuk sopir pribadi, uang perjalanan dan yang lainnya. Pimpinan perusahaan sudah mengerti bagaimana fasilitas tersebut harus disiapkan sesuai dengan peraturan pemerintah ataupun surat edaran department pemerintah yang bersangkutan. Tetapi karena hal-hal yang diminta oleh sang pejabat diluar batas kewajaran, maka timbulah dilema etika.

Contoh lain adalah seorang pimpinan perusahaan mengundang seorang pejabat pemerintah untuk melihat fasilitas pabrik di luar negeri yang berhubungan dengan suatu proyek yang sedang dibangun. Pejabat pemerintah tersebut memberikan konfirmasi akan datang asalkan disediakan tiket dengan kelas bisnis, tetapi tidak dalam bentuk tiket melainkan dalam bentuk uang. Hal ini disebabkan ada selisih antara kelas bisnis dan kelas ekonomi yang dapat dimanfaatkan. Kunjungan hanya memerlukan lima hari termasuk waktu perjalanan, tetapi sang pejabat minta dibuatkan uang perjalanan dinas untuk waktu tujuh hari. Pimpinan perusahaan sangat menyadari bahwa permintaan sang pejabat melanggar aturan Etika Bisnis perusahaan. Apa yang harus dilakukan oleh pimpinan perusahaan. Ada banyak metoda atau sistem pengambilan keputusan etika, berikut ini akan diberikan dua metoda pengambilan keputusan sebagai rujukan yang dapat digunakan oleh para pengambil keputusan jika dihadapkan dengan dilema Etika Bisnis.

Model Markula Centre for Applied Ethics

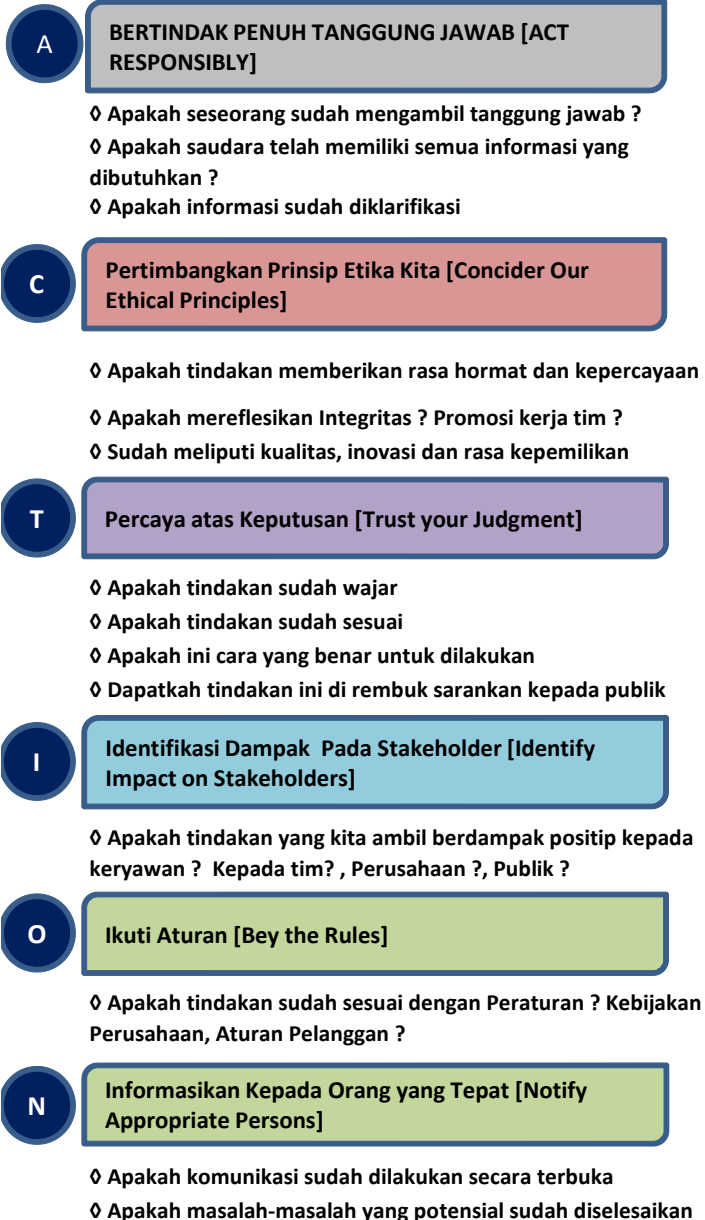
Pada gambar 1 dapat dilihat ada lima (5) hal penting yang harus diperhatikan (1) Kenali isu etika; (2) Tentukan fakta; (3) Evaluasi alternatif solusi; (4) buat keputusan dan mengetesnya dan (5) bertindak dan refleksi hasil keputusan.



Gambar 1 [Membuat Suatu Keputusan Etika]
 Model Markkula Centre for Applied Ethics
 Sumber : Ethics in Decision-making. IBE

Model Raytheon

Pada gambar 2 dapat dilihat model dari Raytheon dalam menyelesaikan dilema etika. Model Raytheon menjelaskan, jika kita dihadapi oleh dilema etika, maka menjadi tanggung jawab kita dalam melakukan tindakan. Model ini membantu kita apakah tindakan yang akan kita ambil sudah sesuai dengan etika bisnis yang ada. Perlu diperhatikan bahwa tidak mengambil tindakan sudah merupakan suatu tindakan yang dapat memberikan konsekuensi serius bagi perusahaan.



Gambar 2 [Membuat Tindakan Etika]- Model Raytheon

Daftar Pustaka

- At-Thawil, Abdullah. 2006. *Benang Tipis Antara "Hadiah dan Suap"*. Yogyakarta: Darus Sunnah Press.
- "Business Conduct and Ethics Code in Chevron" in www.chevron.com
- "Code of Conduct: Duke Reality." phx.corporate-ir.net
- Clot de Broissia, Susan. "International Gift Giving Protocol." powertochange.com
- "Conoco Phillips Business Ethics and Conduct Policy" in www.conocophillips.com
- Entertainment & Gift Policy. Christian Super. www.christiansuper.com.au
- ExxonMobil Anti Corruption Legal Compliance Summary www.exxonmobil.com
- "Gifts and Entertainment: A Guide to anti-bribery regulation in Asia." Published by Herbert Smith. www.herbertsmith.com
- Gift and Entertainment Policy. The MGT Group. www.themgtgroup.com
- Ishikawa, Koji. "The Rise of the Code of Conduct in Japan: Legal Analysis and Prospect Associate." *Paper*. Latham Tokyo Law office/latham & Watkins LLP
- "Good Practice Guide: Ethics in Decision-Making." London: Institute of Business Ethics 24 Greencoat Place, London SW1P 1BE
- Markkula Centre For Applied Ethics "Gifts and Bribes"
- Murdoch's News Corp. "Scandal teaches Code of Conduct Lesson." www.corporatecomplianceinsights.com
- "Our commitment to Integrity by British Petroleum." codeofconduct.bpweb.bp.com
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2001. Tentang perubahan atas Undang-Undang No.31 Tahun 1999
- Undang-Undang No.31 Tahun 1999. Tentang pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.
- Tyler, Kathryn. Gift Giving Around the World. www.kathryntyler.com
- Velasquez, G Manual. 2006. "*Business Ethics*" *Concepts and Cases*. 6th Edition. USA: Pearson Prentice Hall.