

Seluk- Beluk Corporate Ethics Pada PT Alpen Food Industry: Eksploitasi Pekerja Dibalik Popularitas Es Krim Aice

Ins and Outs of Corporate Ethics at PT Alpen Food Industry: Worker Exploitation Behind Aice's Ice Cream Popularity

Ratih Frayunita Sari

Direktorat Advokasi, Badan Narkotika Nasional

Jl. M.T. Haryono No. 11 Cawang, Jakarta Timur, DKI Jakarta, Indonesia 021-80871567 ext : 138,

Email: ratihfray@yahoo.com

diterima tanggal 03 Oktober 2019 | direvisi tanggal 2 Maret 2019 | disetujui tanggal 14 Juli 2019

ABSTRACT

In conducting its business, the corporation stands in corporate ethics and involves many things are about human rights, labor standards or workers, and relationships with the corporate environment. Ideally corporate ethics also puts workers as one form of social responsibility to represent a healthy or not as a company. PT Alpen Food Industry (AFI), a subsidiary of Aice Group Holdings Pte.Ltd Singapore produces Aice ice cream. The company ran into many aspects of ethical and legal (the laws) violations. This paper will discuss ethical violations in the business practices of PT Alpen Food Industry and elaborate on the importance of corporate ethics as a business fence. Furthermore, this paper will be classified in several sub-discussions. First, the ethical dimension approach (ethical behavior) in the corporation. Second, the dynamics in corporate ethics and public relations PT Alpen Food Industry. Third, the unethical business practices of PT Alpen Food Industry. Fourth, provide recommendations on the importance of government regulatory sharpening involved in the business practices of PT Alpen Food Industry to encourage corporate ethics in accordance with the laws and ethical standards of corporate ethics.

Keywords: corporate ethics, the laws, labor, industry, regulation

ABSTRAK

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan terikat dalam etika perusahaan dan melibatkan hal mengenai hak asasi manusia, standar tenaga kerja, dan hubungan dengan lingkungan perusahaan. Idealnya etika perusahaan juga menempatkan pekerja sebagai salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. PT Alpen Food Industry (AFI), anak perusahaan Aice Group Holdings Pte.Ltd Singapura memproduksi es krim Aice mengalami beberapa aspek pelanggaran etika dan hukum (hukum) terutama dalam hal tenaga kerja. Makalah ini akan membahas pelanggaran etika dalam praktik bisnis PT Alpen Food Industry dan menguraikan pentingnya etika perusahaan sebagai pagar bisnis. Selanjutnya, makalah ini akan diklasifikasikan dalam beberapa sub-diskusi. *Pertama*, pendekatan dimensi etis (perilaku etis) dalam perusahaan. *Kedua*, dinamika etika perusahaan dan hubungan masyarakat PT Alpen Food Industry. *Ketiga*, praktik bisnis yang tidak etis dari PT Alpen Food Industry. *Keempat*, memberikan rekomendasi tentang pentingnya penajaman peraturan pemerintah yang terlibat dalam praktik bisnis PT Alpen Food Industry untuk mendorong etika perusahaan sesuai dengan hukum dan standar etika etika perusahaan.

Kata kunci: etika perusahaan, hukum, ketenagakerjaan, industri, regulasi

I. PENDAHULUAN

Korporasi merupakan entitas usaha yang hadir dalam kehidupan masyarakat memberikan sumbangan signifikan dalam pembangunan ekonomi, termasuk penyerapan tenaga kerja. Korporasi bersaing secara ketat dalam meningkatkan daya saing untuk menjaga dan meningkatkan kualitas kehidupan perusahaan. Dalam menjalankan bisnisnya, korporasi berdiri di atas *ethics code* yang biasa dikenal dengan *corporate ethics* (etika perusahaan). *Corporate ethics* ini menyangkut banyak hal, yakni tentang hak asasi manusia, standar perburuhan atau pekerja, dan hubungan dengan lingkungan perusahaan (Kapstein, 2001, hal. 105). Peranan pekerja dalam perusahaan sangat di butuhkan mengingat pekerja dan perusahaan merupakan dua aset yang tidak bisa dipisahkan. Idelanya *corporate ethics* juga menempatkan pekerja sebagai salah satu bentuk tanggung jawab sosial untuk merepresentasikan sehat atau tidaknya sebuah perusahaan dari gambaran kesejahteraan pekerjanya. Namun perdebatan global sejauh ini tentang etika perusahaan membutuhkan beberapa aturan keterlibatan yang lebih tajam lagi. Titik awal yang jelas adalah bahwa perusahaan harus mematuhi hukum negara tempat mereka berbisnis. Namun seringkali undang-undang sering terlalu lemah untuk melindungi pekerja dan lingkungan, dan kelemahan ini membuka pintu untuk sengketa yang sah atas interpretasi dan penegakan hukum (Kapstein, 2001, hal. 106).

Hal inilah yang kemudian pernah terjadi pada praktik bisnis PT Alpen Food Industry (AFI), anak perusahaan Aice Group Holdings Pte.Ltd Singapura yang terkenal memproduksi es krim murah merek

Aice. Jika dilihat dari peta bisnis hingga saat ini, kiprah bisnis PT Alpen Food Industry yang juga menjadi sponsor Asian Games 2018 tumbuh secara pesat di Indonesia. Es krim ini juga merambah ke desa-desa seluruh Indonesia mulai dari Aceh hingga Flores. Tidak hanya memasarkan pada kios atau toko kelontong, Aice mulai memasarkan produknya ke Transmart Carrefour, dan juga menggandeng selebritas sebagai *buzzer* es krim Aice via akun Instagram.

Langkah bisnis ini berlipat-lipat maju berbanding terbalik dengan pemenuhan hak-hak dasar buruhnya. PT AFI ternyata melakukan tindakan eksploitasi terhadap pekerja dan juga memberikan upah yang tidak sesuai dengan beban pekerjaan yang diberikan kepada para karyawannya. Fakta mencengangkan selanjutnya muncul setelah beberapa buruh yang bekerja di bagian produksi mengalami kecelakaan kerja, beberapa pingsan karena menghirup gas amonia, kemudian jarinya terpotong karena mesin pemotong yang bermasalah. Sementara PT AFI tidak memberikan pertolongan termasuk memberikan izin pulang bahkan BPJS Kesehatan. PT AFI bahkan tak menyediakan kotak Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K). Para buruh biasanya patungan Rp5 ribu per orang tiap bulan untuk menyediakan isi kotak P3K (Nathaniel, 2017).

Sylvana Zhong Xin Yun, Humas Aice Group Holdings Pte. Ltd sekaligus PT AFI saat itu justru menyalahkan pekerja yang tidak bekerja sesuai SOP dan membantah semua tuduhan yang menyudutkan perusahaannya. Sylvana mengatakan bahwa PT AFI selalu mengutamakan standar keselamatan sebagaimana diatur dalam undang-undang ketenagakerjaan di Indonesia (Widhana, 2017).

Namun pernyataan ini semakin berbanding terbalik dengan fakta-fakta baru yang terungkap bagaimana kondisi karyawan di dalam PT AFI. Hal ini juga ditandai dengan terjadinya aksi mogok pada November 2017 karena kondisi lingkungan pabrik yang semakin buruk dan cenderung mengabaikan hak-hak buruh sebagai pekerja (Nathaniel, 2017).

Berangkat dari fakta empiris mengenai popularitas PT Alpen Food Industry sebagai anak perusahaan asing yang ada di Indonesia, ini menjadi sangat menarik karena dengan kondisi yang cenderung mengeksploitasi karyawan perusahaan ini justru difasilitasi oleh pemerintah padahal jika diamati dari pendekatan *corporate ethics*, perusahaan ini menabrak banyak aspek pelanggaran etika dan hukum. Salah satunya UU Ketenagakerjaan selama empat tahun sejak 2013 hingga 2017 yang memuat regulasi kewajiban perusahaan, hak pekerja, tanggung jawab kesejahteraan dan keselamatan kerja pekerja. Kondisi ini jelas menunjukkan bagaimana potret dimensi pelanggaran etika perusahaan PT Alpen Food Industry menjadi penting bagi peneliti untuk dibahas

Berdasarkan permasalahan di atas tulisan ini akan mendiskusikan pelanggaran etika dalam praktik bisnis PT Alpen Food Industry dan mengelaborasi pentingnya *corporate ethics* sebagai pagar bisnis perusahaan. Selanjutnya tulisan ini akan diklasifikasikan dalam beberapa sub bahasan. *Pertama*, pendekatan dimensi etika (perilaku etis) dalam korporasi. *Kedua*, dinamika dalam *corporate ethics* dan humas PT Alpen Food Industry. *Ketiga*, bentuk praktik bisnis tidak etis PT Alpen Food Industry. *Keempat*, memberikan rekomendasi pentingnya penajaman regulasi pemerintah terlibat dalam praktik bisnis PT Alpen Food Industry untuk

mendorong *corporate ethics* yang sesuai dengan hukum dan standar moral etika perusahaan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *literatur review* melalui paradigma kritis. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami teori dan konsep *corporate ethics* dalam konteks komunikasi organisasi yang berbasis pada pendekatan kritis mengenai korelasi komunikasi organisasi dalam hubungan industrial antara perusahaan, pemerintah, dan swasta.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pendekatan Dimensi Perilaku Etis dalam Korporasi

Etika dalam bentuknya yang paling mendasar adalah penerapan nilai-nilai, standar dan tradisi moral untuk membuat suatu penilaian benar atau salah, baik atau buruk, diinginkan tidak diinginkan, keadilan tidak keadilan (Tzafestas S. , 2016, hal. 13). Perilaku etis mencerminkan keyakinan perseorangan dan norma-norma sosial yang diterima secara umum, berhubungan dengan tindakan-tindakan yang benar dan baik. Dunia bisnis dalam korporasi pun tidak luput dari etika yang biasanya berkaitan dengan perilaku etis atau tidak etis yang dilakukan oleh pekerja hingga *management level* (Sims, 1992, hal. 506).

Etika korporasi menjadi perhatian khusus karena korporasi yang benar selalu menjalankannya, bukan hanya demi nama baik sebuah korporasi melainkan meningkatkan kinerja karyawan dan hubungan harmonis dengan semua publik. Pentingnya *corporate ethics* untuk menghindari perilaku yang tidak etis, mencari

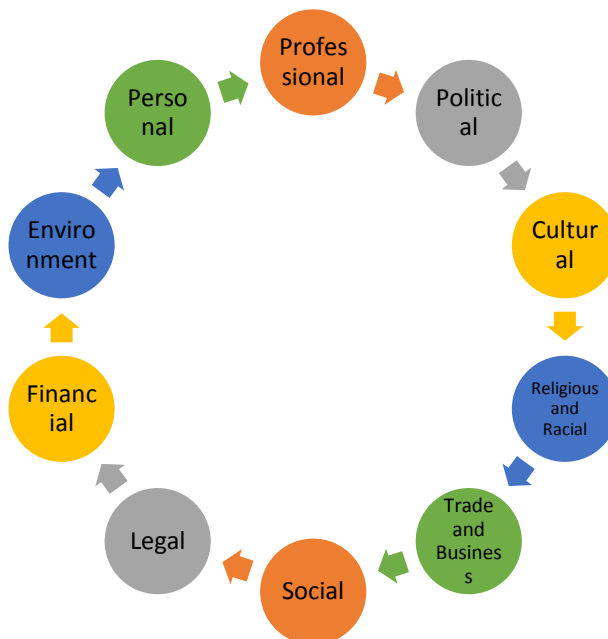
nasihat ketika dihadapkan dengan dilema etis, memiliki komitmen yang lebih besar untuk organisasi. Selain itu proses bisnis akan sejalan dengan budaya korporasi yang lebih baik (Weber & Wasieleski, 2012, hal. 610).

B. Korelasi Etika dalam Komunikasi Organisasi

Etika menyangkut etika bisnis, etika profesi, dan etika lingkungan (Kagan, 1997, hal. 2). Sementara kode etik pada korporat ditetapkan sebagai tindakan pencegahan terhadap penipuan. Pada dasarnya korporat memiliki kode etik yang mengikat bisnis di dalamnya. Dalam korporat ada lebih dari satu kode etik yang mencakup aktivitas korporat tersebut khususnya bagi karyawan dan *management level* (Weber & Wasieleski, 2012, hal. 615).

Dalam praktik etis di korporat, ada tekanan baik dari dalam dan luar korporat yang datang dari *stakeholders* dan mempengaruhi pengembangan dan pemeliharaan program etika dan kepatuhan pada korporat. Peringkat pertama tekanan eksternal lainnya dari pasar, pesaing, dan masyarakat. Kedua, tekanan internal yang mencerminkan nilai-nilai pemimpin perusahaan yang ingin mencapai visi perusahaan. Etika ditunjukkan dengan membayar pegawai layak secara ekonomi. Kepatuhan hukum utama adalah salah satu tekanan kuat yang diberikan pada perusahaan (Weber & Wasieleski, 2012, hal. 615-619).

Dari gambaran ruang lingkup di atas dapat dilihat bahwa komponen corporate ethics jelas merupakan bagian dari komunikasi organisasi hal ini karena menyangkut hubungan yang komunikasi antara perusahaan dengan pekerja. PT AFI tidak transparan menyampaikan kebijakan yang diambil



Sumber: Hickson, 2004, hal. 346

Gambar 1. Ruang Lingkup Etika dalam Korporasi
Figure 1. Scope of Ethics in Corporation

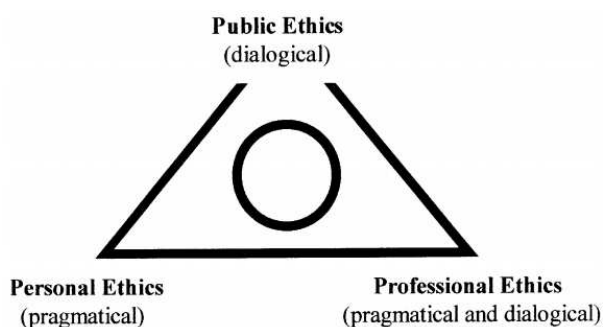
perusahaan terutama menyangkut hak-hak pekerja. Selain itu ketika akan memutuskan suatu tindakan yang etis dan bermoral maka unsur subjektif harus dihilangkan namun lebih melihat kepada apa landasan perusahaan melakukan tindakan tersebut, apakah hal tersebut memang untuk kepentingan organisasi atau hanya untuk kepentingan pribadi semata. Karena kecendrungan PT AFI mengabaikan hak pekerja dan mendapatkan keuntungan serta popularita dengan mengeyampingkan kepentingan pekerja maka tindakan yang diambil berorientasi pada kepentingan pribadi maka orang tersebut belum dapat mengambil tindakan yang etis (Bowen S. A., 2005, hal. 195) .

Etika dan kewajiban moral manajemen merupakan komponen integral dalam strategi perusahaan. Namun, pengaruh ambiguitas strategis pada pembuatan strategi organisasi dan komunikasi dapat menyebabkan perilaku dan tindakan eksekutif yang tidak etis. Melalui penggunaan ambiguitas strategis, biasanya organisasi menekankan interpretasi yang dipandang paling menguntungkan bagi organisasi. Ambiguitas bisa dimanfaatkan secara tidak etis karena adanya perilaku yang tidak sesuai dengan etika yang dianut oleh individu komunikator dalam hal ini PT AFI yang merupakan hasil tekanan dari target capaian strategis perusahaan yang jelas-jelas bertentangan dengan salah etika perusahaan (Sim & Mario, 2010).

Ambiguitas menurut Wexler (2009) dalam (Sim & Mario, 2010, hal. 3-4) pada pendekatan komunikasi organisasi dan strategis dasarnya memiliki tujuh kegunaan, yakni 1) digunakan ketika menyebarkan teks atau informasi yang tentatif atau memerlukan interpretasi; 2) membeli waktu ketika ditekan untuk keputusan atau informasi tertentu; 3) digunakan dalam menanggapi isu-isu yang

kontroversial; 4) untuk mendorong perubahan organisasi yang membutuhkan buy-in dari pemangku kepentingan; 5) digunakan untuk penyangga bagian organisasi dari pengawasan yang lebih ketat; 6) digunakan untuk mencari deniability berakar pada komunikasi ambigu sebelumnya; 7) digunakan untuk mengatasi meningkatnya tuntutan atas tindakan di tengah-tengah krisis organisasi. Jika dilihat dari potret ambiguitas di atas, PT AFI telah melakukan langkah-langkah yang dinilai strategis mencapai tujuan perusahaan dengan mengandalkan pekerja sebagai aktor utama perusahaan. Dari aspek membeli waktu juga menunjukkan bahwa selama PT AFI berdiri hingga dipercaya sebagai sponsor ASEAN Games telah membuktikan eksistensi dan popularitas perusahaan sebagai perusahaan yang menjual es krim dengan harga murah. Ketidaktahuan masyarakat sebagai publik terhadap bagaimana kondisi pekerja yang ada di dalam perusahaan dan bertabrakannya pelanggaran hak pekerja sebagai bagian dari etika korporasi luput dari perhatian pemerintah sebagai regulator.

Dalam praktik perilaku etis di korporat ditunjukkan dengan membayar pegawai layak secara ekonomi, begitu pula dengan kepatuhan. Perilaku atau tindakan etis dalam perusahaan melibatkan tiga pendekatan. Pertama adalah etika pribadi yang merupakan refleksi moralitas dalam kehidupan pribadi individu. Kedua adalah etika profesional yang merefleksikan moralitas perusahaan. Ketiga adalah etika publik sebagai refleksi moralitas yang berkembang dalam debat publik di media publik (Es & Meijlink, 2000, hal. 76).



Sumber: Es & Meijlink, 2000, hal. 78

Gambar 2. Tanggung Jawab Moral Etika Organisasi
Figure 2. Moral Responsibility of Organizational Ethics

C. Dinamika Corporate Ethics dan Etika Humas PT AFI

Istilah *unethical acts vs. ethical mistakes* muncul sebagai perbandingan dalam dilema korporat. Sebagai ahli etika Marianne Jennings menunjukkan, "etis runtuh terjadi ketika organisasi tidak dapat melihat garis terang antara benar dan salah". *Unethical acts* ini biasanya melanggar kode etik perusahaan yang jelas serta hukum dan peraturan. Sementara itu, *ethical mistakes* adalah keputusan atau tindakan yang secara tidak sengaja tidak etis kemudian menyesali dan berharap mereka dapat membatalkannya (Rossy, 2011, hal. 35). Tiga faktor kunci yang membedakan tindakan tidak etis dari kesalahan etika antara lain, pertama, *intentionality*, apakah niat termasuk baik atau buruk. Kedua, *remorse*, penyesalan benar-benar ada ataukah hanya menyesal ditangkap dan diekspos. Ketiga, *accountability*, kesediaan mengakui kesalahan dan bertanggung jawab atas tindakan yang tidak etis (Rossy, 2011, hal. 35-36).

Dari faktor yang membedakan *unethical acts* dan *ethical mistakes* tersebut dapat dianalisis bahwa PT AFI pada dasarnya tidak pernah menyadari bahwa tindakan yang dilakukan telah menyalahi

banyak hal khususnya regulasi. PT AFI melakukan praktik *unethical acts*, dimana jelas tindakan yang dilakukan melanggar kode etik setiap perusahaan yang seharusnya memperhatikan aspek pekerja bukan sebaliknya. Hak buruh dalam surat pernyataan tahun 2017 itu pun digerus. Buruh tak diberikan hak-haknya seperti BPJS Ketenagakerjaan ataupun BPJS Kesehatan. Kendatipun perusahaan ini merupakan perusahaan milik asing yang ada di Indonesia, sistem kerja yang diterapkan justru merugikan pekerja Indonesia.

Persoalan perilaku tidak etis perusahaan yang ada di dalam tubuh PT AFI ini berangkat dari dua hal. *Pertama, corporate scandals dan earnings management* dan *kedua, corporate ethical values* (Elias, 2004, hal. 86-88). Sebagaimana yang diketahui bahwa PT AFI merupakan anak perusahaan dari Aice Group Holdings Pte.Ltd Singapura yang merupakan perusahaan besar dan berambisi untuk merebut pasar es krim di Indonesia dengan memberikan harga yang sangat murah. Hal ini kemudian menjadikan PT AFI mengupayakan segala cara untuk meningkatkan laba perusahaan termasuk tidak memperhatikan aspek pekerja yang dinilai sebagai buruh. *Corporate ethical values and culture*. Perilaku yang tidak etis dapat ditunjukkan melalui adanya perilaku *management* terhadap pekerja, standarisasi perusahaan yang hanya berorientasi pada profit. Dari permasalahan ini yang dapat dilihat adalah bahwa ternyata nilai-nilai perusahaan PT AFI mengakar pada mekanisme keuntungan semata.

Patrick E. Murphy (dalam Yosephus, 2010, hal. 4) menyebut kode etik perusahaan sebagai *ethcis statement*. Ia membedakan *ethics statements* ke dalam tiga jenis. *Pertama, values Statement* atau pernyataan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh

petinggi perusahaan. *Kedua, corporate credo* perusahaan yang berisikan penegasan-penegasan yang berhubungan dengan tanggung jawab korporasi terhadap *stakeholders*, termasuk pekerja. *Ketiga, code of conduct* atau sering disebut juga *code of ethical conduct* yang memuat kebijakan moral-etis perusahaan.

Sayangnya dari penjelasan humas dan website PT Alpen Food Industry <https://www.aice.co.id/>, tidak menyediakan informasi yang memuat tentang *corporate ethics* termasuk *code of conduct* ataupun *corporate credo*. Berbeda dengan industri es krim pesaing lainnya seperti Es krim Walls yang diproduksi PT Unilever Tbk yang mencantumkan kode etik perusahaan dan etika bisnis pada laman website mereka. Howard Stephenson (dalam Ruslan, 2001, hal. 71) menjelaskan profesi humas adalah “*The practice of skilled art or service based on training, a body of knowledge, adherence to agree on standard of ethics.*” (Bowen S., 2005, hal. 193). Ini menunjukkan bahwa seharusnya humas PT AFI memainkan peran untuk memberikan informasi yang sesuai dengan fakta dan memperhatikan standar etika. Berangkat dari permasalahan yang ada di PT AFI, peranan humas dalam memberikan *statement* juga menunjukkan sikap perusahaan, banyak fakta yang terungkap namun tetap dibantah oleh humas PT AFI, dan justru menyalahgkan pihak pekerja termasuk aksi mogok kerja dan kecelakaan kerja yang diakibatkan kelalaian sendiri, respon perusahaan terlihat dari sikap humasnya.

Kode etik humas ini juga terkait dengan *responsibility* dan *value*. Persepsi publik terhadap korporat menjadi penting karena akan muncul pertanyaan apakah sudah layak dan dapat mengantisipasi jika korporasi dipandang tidak layak

(Newsom, Turk, & Kruckeberg, 2013, hal. 145). Kasus yang ada di PT AFI sedikit banyak mengubah persepsi publik khususnya konsumen dalam melakukan pembelian produk es krim, banyak kemudian yang memboikot es krim Aice karena dianggap melakukan eksploitasi terhadap pekerja. Manajemen isu strategis di perusahaan seperti PT Alpen Food Industry memang menempatkan etika dan humas di persimpangan fungsi yang sering disebut manajemen masalah. Pendapat publik yang terus bermunculan di media massa maupun media baru menuntut humas pemerintah untuk terlibat dalam manajemen masalah yang rumit (Fitzpatrick & Bronstein, 2006, hal. 42)

D. Bentuk Praktik *Unethics* dalam Tubuh PT AFI

Pada dasarnya perusahaan akan selalu berada dalam lingkaran ketergantungan dengan dunia sekitarnya sehingga suatu perusahaan atau organisasi tidak bisa mengabaikan sisi etika begitu saja baik sebelum, ketika atau sesudah krisis terjadi (Frandsen & Johansen, 2010, hal. 352). Hal ini menjadi penting karena ketika menjalankan perusahaan atau organisasi yang terlibat di dalamnya tidak hanya sumber daya alam atau teknologi saja namun juga sumber daya manusia di mana secara tata kehidupan mereka telah diatur oleh norma dan etika yang berlaku. Keseluruhan komponen ini juga menjadi bagian dari bentuk komunikasi yang diimplementasikan dalam organisasi terutama aspek keterbukaan informasi antara perusahaan dan pekerja.

Sejak kondisi praktik pelanggaran etika korporasi PT AFI ramai diperbincangkan di media massa dan media sosial, humas PT AFI

menunjukkan sikap tertutup dan lebih enggan untuk berhadapan dengan media. Berbagai bukti dari hasil investigasi pihak media terhadap sejumlah pekerja menguak fakta yang berbanding terbalik dengan pencapaian kesuksesan perusahaan es krim ini. Pelanggaran etika PT AFI tercermin juga dari bagaimana PT AFI melakukan praktik yang menyalahi regulasi pemerintah atas korporasi (Naren, 2017).

Pertama, pelanggaran Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI Nomor: Kep.100/MEN/VI/2004 tentang Ketentuan Pelaksanaan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu bahwa sesuai dengan Pasal 10, buruh seharusnya diangkat menjadi karyawan tetap sebagai konsekuensi mempekerjakan buruh harian selama 21 hari atau lebih dalam 3 bulan berturut-turut. Namun yang terjadi, pekerja masih berstatus kontrak dengan gaji yang tidak sesuai dengan penawaran kontrak. Selain itu, PT AFI juga menyalahi Pasal 59 ayat 6 UU Ketenagakerjaan dan pasal 3 dikarenakan telah mempekerjakan buruh dengan kontrak berkepanjangan (Naren, 2017).

Kedua, pelanggaran UU No 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional, bahwa pasal 31 ayat 1 menegaskan buruh yang menjadi korban kecelakaan kerja berhak mendapat layanan kesehatan sesuai dengan kebutuhan medisnya. Selain itu korban juga berhak mendapat uang tunai apabila mengalami kerugian berupa cacat permanen. *Ketiga*, pasal 9 UU Jamsostek dan Pasal 12 Ayat (1) dan Ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 14 tahun 1993 tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja, bahwa korban berhak mendapat biaya transportasi dan biaya ketika dirawat di rumah sakit termasuk rawat

jalan dan santunan sementara karena tak mampu bekerja dan santunan cacat permanen.

Keempat, PT AFI juga menyalahi sistem kontrak dan diperpanjang pada kontrak ketiga tanpa 30 hari jeda. Masih berdasarkan regulasi ketenagakerjaan di Indonesia, kontrak terhadap para buruh Aice ini hanya bisa disepakati paling lama 2 tahun dan diperpanjang 1 kali dengan waktu perpanjangan paling lama setahun. *Kelima*, sikap perusahaan yang menjelaskan tidak ada perbedaan antara yang hamil dan tidak. Padahal sesuai dengan ketentuan pada pasal 81 Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 pasal ayat 1 adalah "*Pekerja/buruh perempuan yang dalam masa haid merasakan sakit dan memberitahukan kepada pengusaha, tidak wajib bekerja pada hari pertama dan kedua pada waktu haid*". PT Alpen Food Industry tidak memberikan cuti hamil, bahkan meminta buruh untuk mengundurkan diri. Sementara sesuai dengan pasal 82 Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 pasal ayat 1 yaitu "*Pekerja/buruh perempuan berhak memperoleh istirahat selama 1,5 (satu setengah) bulan sebelum saatnya melahirkan anak dan 1,5 (satu setengah) bulan sesudah melahirkan menurut perhitungan dokter kandungan atau bidan*".

Keenam, selain dibayar dengan upah murah, para buruh diminta bekerja tambahan sebagai kuli bangunan, dari angkat batu, mengaduk semen, hingga menjebol tembok. Mereka dibayar Rp50 ribu per hari. *Ketujuh*, persoalan jam kerja, tak ada hari libur atau bahkan hitungan lembur di hari Sabtu dan Minggu. Dalam sebulan, para buruh es krim Aice dipaksa masuk berturut-turut selama 25 hari. Sisanya baru mendapatkan jatah lembur (Widhana, 2017).

Adanya upaya PT AFI di akhir kasus mengakui kesalahan dan kemudian memnuhi tuntutan pekerja

justeru datang ketika hal ini telah diekspose media, jika tidak ada media yang mengangkat, menyorot aksi mogok pekerja, bahkan menginvestigasi kasus ini, tentu hingga sekarang belum ada perbaikan manajemen dari pihak AFI. Proses tuntutan yang dilakukan pihak Serikat Gerakan Buruh Bumi Indonesia (SGBBI) melalui tagar #salam15hari terhadap pihak PT AFI juga berlangsung cukup rumit karena pihak perusahaan menyalahi aturan dengan merekrut pekerja borongan disaat aksi mogok dilakukan oleh pekerja dan saat itu proses perundingan berlangsung.

E. Pentingnya Penajaman Regulasi

Pemerintah terhadap *Ethics Corporate*

Perusahaan yang memiliki produk bermutu, berguna untuk masyarakat, dikelola dengan manajemen yang tepat, tetapi tidak mempunyai etika, maka kekurangan ini akan menjadi batu sandungan bagi perusahaan tersebut (Bertens, 2013, hal. 404). Selain itu George (dalam Meilina, 2016, hal. 121) menjelaskan "*ethics without a good product and without a good management will not make a company succeed. But without ethics a good product and smart management cannot guarantee a company's success.*" Hubungan kausalitas antara Etika dengan bisnis antara lain *ethics pay, good business is ethical business, corporate ethics: a prime business, integrity pays, you don't have to cheat to win, dan high ethics high profit*, dalam hal ini pemerintah memainkan peran untuk menekan perusahaan memiliki bisnis sehat dan sesuai dengan standar regulasi Indonesia.

Berangkat dari kondisi yang ada di PT Alpen Food industry tentu hal ini perlu menjadi perhatian khusus. Pelanggaran yang dilakukan tidak

hanya menyangkut persoalan etis dan tidak secara moral namun lebih pada aspek *integrating the law*. Jika mengacu pada pengukuran keberhasilan kepatuhan perusahaan dalam praktik bisnis, ada beberapa aspek yang harus ditinjau ulang oleh pemerintah yakni *core value statement, mission statement, code of ethics, compliance manuals, and ethics standards and indexes*. (Belak & Rozman, 2012, hal. 1616-1617).

Kesemua aspek tersebut merupakan instrumen untuk menerapkan etika bisnis dalam perusahaan, serta di lingkungan perusahaan dan yang paling dikenal untuk meningkatkan dan mencapai perilaku etis perusahaan, agar ke depannya penyimpangan ini tidak terulang lagi. Melalui 3 atribut yaitu *power, legitimacy* dan *power*, beberapa upaya yang selanjutnya dapat dilakukan mengantisipasi permasalahan PT Alpen Food Industry kembali terulang adalah Pemerintah mempunyai kekuatan baik berupa kekuatan fisik yang dapat mempengaruhi dan berhak untuk menegur perusahaan PT Alpen Food Industry. Selain mereka juga mempunyai *power dalam pemberian izin* pengoprasian perusahaan. Ini perlu dibenahi ke depan untuk meningkatkan sinergitas hubungan industrial antara pemerintah, perusahaan, dan pekerja.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Korporasi pada dasarnya merupakan entitas usaha atau praktik bisnis yang berorientasi pada keuntungan. Dalam menjalankan bisnisnya, idealnya korporasi berdiri dengan *corporate ethics*. *Corporate ethics* ini menyangkut banyak hal, yakni tentang hak asasi manusia, standar perburuhan atau

pekerja, dan hubungan dengan lingkungan perusahaan. Pekerja sebagai salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dan mampu merepresentasikan sehat atau tidaknya sebuah perusahaan.

Seperti yang telah dijelaskan Patrick E. Murphy (dalam Yosephus 2010:4) bahwa kode etik sebagai *ethics statement* yang memuat aspek *values statement* sebagai nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh pendiri organisasi atau dalam dunia bisnis adalah pemilik perusahaan. Nilai-nilai yang dimaksudkan biasanya menyangkut *fairness*, integritas kepribadian, kerjasama tim, kredibilitas, dan keterbukaan. *Kedua* menyangkut *corporate credo* atau kredo perusahaan yang berisikan penegasan-penegasan yang berhubungan dengan tanggung jawab korporasi terhadap *stakeholders*, seperti konsumen, pekerja, pelanggan, pemasok, pemilik saham, dan masyarakat umum. *Terakhir*, *code of conduct* yang memuat kebijakan moral-etis perusahaan atau korporasi yang berhubungan dengan antisipasi akan terulangnya hal-hal buruk yang pernah terjadi di masa silam. Namun ketiga aspek ini luput dari perhatian PT AFI sehingga praktik tindakan tidak etis perusahaan berlanjut berkesinambungan.

PT Alpen Food Industry (AFI), anak perusahaan Aice Group Holdings Pte.Ltd Singapura kini melebarkan sayap bisnis es krim merek Aice di Indonesia. Namun ternyata terdapat potret yang berbanding terbalik dengan kelayakan hak yang diterima oleh pekerja yang ada di pabrik tersebut. Ini menjadi salah satu permasalahan dimensi etis yang hidup dalam tubuh PT AFI. Ditilik dari pendekatan *corporate ethics*, perusahaan ini menabrak banyak aspek pelanggaran etika dan hukum.

PT AFI melakukan bentuk *unethical acts*, dimana tindakan yang dilakukan secara sengaja melanggar hukum khususnya aspek pekerja. Setelah ditelusuri, PT AFI Juga tidak memuat *corporate ethics* di dalam website nya, tidak seperti industri pesaing yang memuat hal tersebut sebagai informasi pada publik. Keberadaan kode etik pada korporat ditetapkan sebagai tindakan pencegahan terdapat penipuan dan mengikat bisnis di dalamnya. Persoalan perilaku tidak etis perusahaan yang ada di dalam tubuh PT AFI ini berangkat dari dua hal. *Pertama*, *corporate scandals* dan *earnings management* dan *kedua*, *corporate ethical values*. Aspek yang menjadi rekomendasi bagi pemerintah untuk diperhatikan oleh perusahaan meliputi *core value statement*, *mission statement*, *code of ethics*, *compliance manuals*, and *ethics standards and indexes*. Dalam pendekatan komunikasi organisasi dan strategis perusahaan aspek etika adalah komponen yang tidak terpisahkan sebagai bagian penting dari keseluruhan proses bisnis perusahaan oleh karena itu dimensi etika ini menjadi relevan dengan hubungan komunikasi organisasi terutama untuk mencapai keterpercayaan publik internal dan eksternal perusahaan.

B. Saran

Melihat bagaimana potret kasus PT AFI tentu ini menjadi perhatian utama pemerintah sebagai regulator yang memfasilitasi izin perusahaan beroperasi di Indonesia. Peranan pemerintah secara tegas dibutuhkan untuk memperbaiki kinerja perusahaan. Bisnis yang dilakukan perusahaan harus sejalan dengan regulasi peraturan pemerintah untuk menciptakan hubungan industrial yang baik antara pekerja, perusahaan, dan pemerintah. Meskipun permasalahan *ethics* yang melanda PT

AFI telah menemukan titik temu, namun kondisi ini dapat saja terjadi kembali pada sektor bisnis yang berbeda. Oleh karena itu pemerintah perlu melakukan peningkatan kebijakan regulasi terhadap perusahaan terutama perusahaan asing yang bergerak di bidang *consumer goods*.

Selama ini yang terjadi adalah adanya kecendrungan perusahaan multinasional mendapatkan perlakuan khusus sehingga hal yang menyangkut kode etik perusahaan tentang hak asasi manusia, standar perburuhan, dan kinerja lingkungan juga perlu dipertajam lagi pengawasannya karena sebagian besar pekerja adalah masyarakat Indonesia. Kode-kode juga perlu mencerminkan sedikit tekanan sehingga perusahaan lebih "bertanggung jawab sosial".

Ketika perbedaan yang mendalam muncul seperti kasus PT AFI maka pemerintah juga perlu mengambil alih untuk terlibat atas tanggung jawab sosial perusahaan di bidang-bidang seperti itu, pihak-pihak yang terlibat menetapkan keputusan mengenai keuntungan dan kerugian terkait dengan standar diberikan perusahaan terhadap pekerja, hal inilah yang disebut dengan pengawasan terhadap kecendrungan adanya etika dengan intimidasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Berisi ucapan terima kasih kepada Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan dalam melakukan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Abdalla, F. (2018, Januari 17). *Buwas: Ada Pengkhianat Negara yang Dapat Perlindungan*. Dipetik Maret 24, 2018, dari <http://mediaindonesia.com/read/detail/141156-buwas-ada-pengkhianat-negara-yang-dapat-perlindungan>
- Belak, J., & Rozman, M. P. (2012). Business ethics from Aristotle, Kant and Mill's perspective. *Kybernetes*, 1607-1624.
- Bertens, K. (2013). *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- BNN. (2017). *Rencana Strategis Badan Narkotika Nasional 2015-2019 (Midterm Reviu)*. Jakarta: Badan Narkotika Nasional.
- Bowen, S. (2005). A Practical Model for Ethical Decision Making in Issues Management and Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 17(3), 191-216.
- Bowen, S. A. (2005). A Practical Model for Ethical Decision Making in Issues Management and Public Relations. *JOURNAL OF PUBLIC RELATIONS RESEARCH*, 17(3), 191-216.
- Castelli, J. W. (2007). Government Public Relations: A Quantitative Assessment of Government Public Relations Practitioner Roles and Public Relations Model. *Graduate Theses and Dissertations*, 1-120.
- Elias, R. Z. (2004). The impact of corporate ethical values on perceptions of earnings management. *Managerial Auditing Journal*, Vol. 19 Issue: 1., 84-98.
- Es, R. v., & Meijlink, T. L. (2000). The Dialogical urn of Public Relation Ethics. *Journal of Business Ethics*, 27, 69-77.
- Fahmi, I. (2013). *Etika Bisnis : Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Fitzpatrick, K., & Bronstein, C. (2006). *Ethuc in Public Relations : Responsible Advocacy*. USA: Sage Publication.
- Hickson, K. (2004). Ethical Issues in Practising Public Relations in Asia. *Journal of Communication Management*, Volume 8(4), 345-353.

- Indonesia, R. (2009). *Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 Tentang Narkotika*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Informatika, K. K. (2007). *Peraturan Menkominfo No 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Humas Pemerintah*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Kagan, S. (1997). *Normative Ethics*. Boulder, CO, United States: Taylor & Francis Inc.
- Kapstein, E. B. (2001). The Corporate Ethics Crusade. *Foreign Affairs*, Vol. 80, No. 5, 105-119.
- Latimore, D., Baskin, O., Herman, S. T., & Toth, E. L. (2013). *Public Relations The Profession and The Practice International edition*. Singapore: Mc Graw Hill.
- Lee, M., Neeley, G., & Stewart, K. (2012). *The Practice of Government Public Relations*. Broken Sound Parkway NW, Suite: Taylor and Francis Group.
- Meilina, R. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Pelanggaran Etika Bisnis. *Akademika*, Vol. 14, 119-126.
- Moore, F. (2004). *Humas : Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Movanita, A. N. (2018, Januari 19). *BNN: Berkali-kali Kita Sampaikan, Kemenkumham Selalu Membantah*. Dipetik Maret 24, 2018, dari Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2018/01/19/10445941/bnn-berkali-kali-kita-sampaikan-kemenkumham-selalu-membantah>
- Naren, D. (2017, November 6). *Dugaan Pelanggaran PT. Alpen Food Industry Terhadap Buruh Es Krim AICE*, . Diambil kembali dari tribunnews.com: <http://wow.tribunnews.com/2017/11/06/dugaan-pelanggaran-pt-alpen-food-industry-terhadap-buruh-es-krim-aice>
- Nathaniel, F. (2017, Desember 4). *Eksplorasi Kerja di Pabrik Es Krim Aice, Sponsor Asian Games 2018*. Diambil kembali dari Tirto.id: <https://tirto.id/eksploitasi-kerja-di-pabrik-es-krim-aice-sponsor-asian-games-2018-ca7h>
- Newsom, D., Turk, J. V., & Kruckeberg, D. (2013). *This is PR The Realities of Public Relations International Edition*. USA: Wadsworth, Cengage Learning.
- Rossy, G. L. (2011). Five questions for addressing ethical Dilemmas. *Strategy and Leadership*, VOL. 39 NO. 6, 35-42.
- Ruslan, R. (2001). *Etika Kehumasan : Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sim, A. B., & Mario, F. (2010). Strategic Ambiguity and Ethical Actions. *Oxford Business & Economics Conference* (pp. 1-23). UK: Oxford Business & Economics Conference.
- Sims, R. R. (1992). The Challenge of Ethical Behavior in Organizations. *Journal of Business Ethics*, Vol. 11, No. 7, 505-513.
- Tzafestas. (2016). Ethics: Fundamental Elements. *Springer*, 13-24.
- Tzafestas, S. (2016). Ethics: Fundamental Elements. *Roboethics, Intelligent Systems, Control and Automation.*, 13-24.
- Weber, J., & Wasieleski, D. M. (2012). Corporate Ethics and Compliance Programs: A Report, Analysis and Critique. *Journal of Business Ethics*, Vol. 112, No. 4, 609-626.
- Widhana, D. H. (2017, Desember 4). *Kondisi Kerja Buruh Aice Tak Semanis Iklan 'Have an Aice Day'*. Diambil kembali dari Tirto.id: <https://tirto.id/kondisi-kerja-buruh-aice-tak-semanis-iklan-039have-an-aice-day039-ca7f>
- Wiwoho, B. (2017, Juli 13). *BNN: 50 Persen Peredaran Narkoba Dikendalikan dari Penjara*. Dipetik Maret 24, 2018, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20170713145408-12-227647/bnn-50-persen-peredaran-narkoba-dikendalikan-dari-penjara>
- Yosephus, S. L. (2010). *Etika Bisnis : Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.