

Drs. J. Tanzil & Associates

105/II/2017

EXECUTIVE *Newsletter*

Media Komunikasi, Edukasi dan Informasi untuk kalangan sendiri



**Manajemen SDM
Dalam Mempersiapkan
*Future Ready Organization***

**Gen Y To Be A Future
Leader In Family Business Company**

ETHICS AND BUSINESS:
THE KEY OF SUCCESS FOR BUSINESS SUSTAINABILITY

ETHICS AND BUSINESS:

THE KEY OF SUCCESS FOR BUSINESS SUSTAINABILITY



Angelina Hutomo C., S.E

Strategic Management System Development
Consulting Centre Consultant

.....
Untuk keperluan konsultasi dan komunikasi silahkan
menghubungi di 031-567 1713 atau
email: angelina.smsdcc@jfanzilco.com



Memasuki awal tahun 2017, para pelaku bisnis semakin berlomba-lomba memajukan dan memperluas usahanya dalam rangka mencari keuntungan semaksimal mungkin. Seringkali perusahaan terlalu fokus pada *profit-oriented* sehingga mengesampingkan aspek lain yang dibutuhkan oleh pelaku bisnis untuk dapat *going-concern* dalam bisnisnya, yaitu etika bisnis. Sekiranya, etika bisnis harus tertanam dalam jiwa para pelaku bisnis, karena dengan menerapkan etika bisnis yang baik, perusahaan tidak hanya fokus pada memaksimalkan keuntungan namun kepentingan atas kepuasan dan kelayaitasan konsumen pun akan diperhatikan pula. Berlandaskan hal tersebut, muncul sebuah pertanyaan yang mendasar bagi kita semua, apakah ada keterkaitan antara etika dan bisnis? Seringkali kita menemukan banyak perusahaan yang kurang memperhatikan dampak eksternal yang ditimbulkan dari aktivitas operasional perusahaannya. Bahkan, ketika dampak eksternal

tersebut sudah terjadi dan meluas hingga merusak lingkungan dan masyarakat disekitarnya, perusahaan tersebut malah terkesan seolah-olah hal tersebut merupakan kesalahan yang tidak disengaja. Jarang sekali ada perusahaan yang mau sukarela mengakui kesalahannya, namun sebaliknya mementingkan penyelamatan citra dan nama baik perusahaan, daripada memperbaiki kerusakan lingkungan yang telah terlanjur terjadi.

Adapun perusahaan yang menggunakan bahan baku berbahaya maupun tidak layak dalam produknya yang ketika diuji ternyata mengandung zat-zat yang dapat merusak kesehatan. Meskipun pada akhirnya perusahaan tersebut meminta maaf dan menarik seluruh produknya dari pasaran karena larangan dari pihak berwenang. Namun, bagaimana dengan penanganan terhadap konsumen yang telah terlanjur menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut? Bagaimana tanggung jawab perusahaan atas hal tersebut?

Masih ingatkah di benak kita penggunaan bahan pengawet berbahaya yang disebut formalin pada pembuatan bakso, tahu, mie, dsb. Atas makanan yang mengandung formalin tersebut, Badan Pengawas Makanan memberikan hukuman terhadap produsen tersebut. Lalu, Kasus Obat anti-nyamuk HIT yang diproduksi oleh PT Megarsari Makmur dinyatakan positif menggunakan zat aktif Propoxur dan Diklorvos yang dapat mengakibatkan gangguan kesehatan terhadap manusia seperti keracunan, gangguan pernapasan, kanker hati dan kanker lambung sehingga produk ini ditarik dari peredaran.

Atas kasus ini, PT Megarsari Makmur bertanggung jawab dengan menyanggupi untuk menarik semua produk HIT yang telah dipasarkan dan mengajukan izin baru untuk memproduksi Obat Nyamuk HIT Aerosol Baru dengan formula bahan yang telah disempurnakan serta bebas dari bahan kimia berbahaya.

Dari kasus-kasus tersebut, kita dapat melihat bagaimana seorang pelaku bisnis bersedia menghalalkan segala cara demi mendapatkan laba sebesar-besarnya tanpa memerhatikan dampak yang diderita oleh konsumen. Perlu dimaklumi bahwa pada umumnya tujuan utama bisnis adalah menghasilkan laba yang maksimal untuk *shareholders*. Hal ini mungkin yang menyebabkan pelaku bisnis menjadi terlalu fokus pada *profit-oriented* sehingga mereka menjadi berpikir licik dan menghalalkan segala cara. Lalu, semakin ketatnya persaingan bisnis seringkali menjadi faktor utama yang menjadi pemicu diabaikannya etika dalam berbisnis oleh perusahaan.

Melihat hal tersebut, sebagian pelaku bisnis akhirnya mengakui bahwa adanya hubungan yang sinergis antara etika dan bisnis. Di tahun 2017, dimana persaingan bisnis menjadi semakin sengit ini, justru perlu adanya etika bisnis yang dapat menciptakan reputasi baik, adalah suatu *competitive advantage* yang akan sulit ditiru oleh kompetitor. Sudut pandang lama yang menganggap bahwa tidak ada keterkaitan antara etika dan bisnis harus mulai dirubah dalam benak kita.

Beretika dalam bisnis memang tidak akan memberikan keuntungan secara instan, hal ini seperti peribahasa "Apa yang kau tanam, itulah yang kamu tuai". Keuntungan dari adanya etika bisnis tersebut akan dirasakan oleh perusahaan di kemudian hari, bahkan akan menjadi lebih besar di masa depan dan memiliki efek jangka panjang. Tentu saja hal ini secara langsung akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk/jasa yang dihasilkan perusahaan, yang akhirnya akan mempengaruhi keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Umumnya, peran etika bisnis pada perusahaan dapat tercermin dari beberapa aspek. Pertama, aspek yang dapat memperlihatkan peran etika bisnis adalah nilai-nilai (*value*) yang berlaku pada perusahaan tersebut. Nilai-nilai pada suatu perusahaan merupakan landasan moral yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai visi dan misi perusahaan tersebut. Apabila nilai-nilai perusahaan dapat diterapkan dengan baik, maka etika bisnis perusahaan akan terlaksana dengan baik. Misalkan, perusahaan A bergerak di bidang jasa *laundry*, nilai yang selalu ditanamkan di perusahaan A adalah tanggung jawab dan profesional. Apabila setiap pegawai di perusahaan A menjalankan tugasnya secara bertanggung jawab dan profesional yaitu melakukan *laundry* secara bersih, rapi, dan tepat waktu, maka hal ini akan berdampak pada kepuasan konsumen. Konsumen yang sudah merasakan manfaat dari jasa *laundry* yang diberikan perusahaan A akan menjadi loyal untuk memakai jasa perusahaan A di kemudian hari.

Kedua, aspek lain yang bisa mencerminkan adanya etika bisnis adalah pedoman perilaku. Pedoman perilaku dapat diartikan sebagai penjabaran dari nilai-nilai (*value*) perusahaan serta etika bisnis dalam menjalankan proses bisnis dalam perusahaan tersebut. Pedoman

perilaku juga dapat dijadikan suatu panduan bagi struktur organisasi serta semua karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut. Mengenai pemberian dan penerimaan kompensasi atau *reward*, benturan kepentingan dalam perusahaan, kerahasiaan informasi, serta kepatuhan terhadap peraturan. Dengan menjalankan pedoman perilaku secara baik, etika bisnis yang diterapkan perusahaan dapat memberikan hasil yang maksimal dalam proses bisnis yang berlangsung dalam perusahaan.

Keberlangsungan hidup suatu perusahaan akan bergantung pada bagaimana penerapan etika bisnis yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Perusahaan dengan etika bisnis yang baik biasanya akan mampu bertahan lebih lama dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki etika bisnis yang buruk. Etika Bisnis perusahaan dapat bermanfaat sebagai *competitive advantage* suatu perusahaan dalam mengatasi perubahan dan tantangan bisnis yang begitu besar. Dapat disimpulkan bahwa etika bisnis juga bisa berfungsi sebagai rantai yang mengikat setiap aspek dalam proses penyaluran persepsi atau pendapat anggota dalam organisasi terhadap suatu permasalahan tertentu sehingga bisa menjadi suatu kekuatan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan secara keseluruhan. **ENL**



PT. DIAN PUTRA SEJAHTERA

About Us
Kami memproduksi massal kotak kue / nasi dan menerima jasa pembuatan segala macam jenis kotak kemasan yang berbahan dasar kertas duplex.

PERGUDANGAN SINAR GEDANGAN BLOK G NO 18
JALAN RAYA BETRO, GEDANGAN, WARU | 031 - 8010788 / 031 - 8010818



Rinny Tirtajaya, S.E.

Associate Partner of Strategic Management System Development Consulting Centre

Untuk keperluan konsultasi dan komunikasi silahkan menghubungi di 031-567 1713 atau email: rinny.ia@jtanzilco.com

GEN Y TO BE A FUTURE LEADER IN FAMILY BUSINESS COMPANY

Bisnis keluarga dikenal sebagai salah satu bentuk bisnis yang tidak hanya didirikan namun melibatkan anggota keluarga dalam kepemilikan dan pengelolaan bisnis. Sebagai konsekuensi dari kondisi tersebut, maka susunan manajemen maupun *performance* perusahaan sangat dipengaruhi oleh *culture* keluarga tersebut.

Banyak polemik dan permasalahan dalam bisnis keluarga yang sulit dipecahkan. Beberapa di antaranya adalah rasa ketidakpercayaan di antara sesama anggota keluarga, suksesi kepemimpinan pada generasi selanjutnya, pengambilan keputusan, fakta bahwa penerus tahta perusahaan keluarga adalah anak laki-laki yang sering dikenal dengan putra mahkota, perbedaan pemikiran antar generasi dan pasti masih banyak lagi. Kondisi tersebut berpotensi pada kemunduran pencapaian usaha dan bahkan tidak sedikit usaha yang tutup karena tidak menemukan solusi atas permasalahan yang timbul.

Salah satu kunci sukses dalam mempertahankan bisnis keluarga adalah memahami karakter generasi pendiri dan generasi penerus. Generasi selanjutnya yang harus melanjutkan bisnis keluarga pada masa saat ini adalah generasi yang lahir pada tahun 80an sampai tahun 2000 atau disebut Generasi Y. Setelah lulus bersekolah dan mungkin bekerja di perusahaan lain, maka saat ini mereka siap untuk bekerja di perusahaan keluarganya sendiri. Karakter utama Gen Y adalah memiliki idealisme yang tinggi dalam dirinya dan hal ini yang membuatnya kurang peduli

mengakibatkan generasi pendiri/orang tua enggan melepas begitu saja bahkan kepada anaknya sekalipun. Hal ini sering disebut *founder centrality*. Orang tua seringkali memiliki gaya kepemimpinan otoriter dalam berbisnis, segalanya harus terpusat padanya. Kemudian waktu pensiun tiba, mereka berpikir tidak ada pekerjaan selain mengelola bisnis keluarganya sendiri.

Hal yang perlu kita ketahui bersama pada dunia kerja, Gen Y ini adalah generasi andal karena penuh kejutan dengan memberikan ide-ide brilian. Gen Y adalah generasi yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi *wireless* sehingga sangat mempengaruhi kepekaan daripada Gen Y terhadap perubahan. Mereka cenderung tidak takut perubahan, namun sering kali tidak sabar dalam proses yang harus dilalui untuk perubahan tersebut. Mereka sangat akrab dengan internet serta sangat aktif dalam media sosial sehingga dikenal sebagai generasi yang egosentris, berpusat pada sendiri dan sangat senang unjuk diri. Berangkat dari hal itu, permasalahan utama Gen Y adalah mereka selalu ingin coba-coba sehingga hal inilah yang harus dikendalikan dalam dunia kerja.

Karakteristik lain dari Gen Y sering tidak sabar, tidak mau rugi dan sangat banyak menuntut karena generasi ini terbiasa dengan hal-hal yang instan, cenderung tidak sabar. Bila memiliki keinginan harus segera terlaksana. Karakter ini tidak akan menjadi masalah, asalkan bisa memastikan bahwa apa yang dilakukan tersebut bermakna positif.

dengan lingkungan sekitarnya. Namun, jangan memandang idealisme yang tinggi ini adalah sebuah hal negatif. Puncak dari permasalahan muncul ketika Gen Y ingin melanjutkan bisnis namun justru generasi terdahulu belum dapat melepas dengan alasan belum percaya.

Mendirikan perusahaan bukan hanya didirikan namun harus dirawat, dipelihara, dan dijaga dari mulai kecil hingga perusahaan sudah berjalan stabil. Situasi demikian

Gen Y sangat percaya diri dan optimis, karakteristik ini menjadikan Gen Y lebih mudah menerima perubahan, karena pikirannya cenderung lebih terbuka dan berkeinginan tinggi untuk belajar segala hal baru dan tentunya mereka lebih percaya diri untuk tampil di depan forum dan mengemukakan pendapat.

Gen Y sangat bergantung pada keluarga. Remaja generasi ini lebih dekat dengan keluarganya dibandingkan dengan remaja generasi *baby boomers*. Remaja dari generasi *baby boomers* memilih untuk menjauh dari orang tua dan sangat mandiri, sementara Gen Y meskipun mandiri, tetapi cenderung lebih dekat dengan keluarga.

Untuk mengatasi karakteristik yang lain maka ada beberapa hal yang harus dibentuk oleh generasi pendiri/orang tua agar si Gen Y betah bekerja di Bisnis Keluarga :

1. Harus menciptakan suasana kerja dengan atmosfer continuous improvement

Jika orangtua terlalu banyak mengatur Gen Y tanpa memberikan kesempatan bagi mereka untuk mengeluarkan ide-ide dan kreativitas, hal ini akan menimbulkan efek *turn off*, sehingga hasilnya tidak efektif. Gen Y sangat butuh lingkungan kerja di mana mereka bisa bebas berekspresi dan lingkungan penuh tantangan.

2. Melakukan revaluasi kembali atas berbagai kebijakan rekrutmen dan penerimaan karyawan baru.

Contoh, beberapa perusahaan melakukan revaluasi ulang apakah perusahaan bersedia menerima karyawan yang memiliki tato, karena seringkali tato dianggap sebagai ciri pemberontakan. Sementara populasi Gen Y yang memiliki tato ini cukup besar, bahkan beberapa di antara mereka memiliki lebih dari satu tato. Bagi Gen Y sendiri, tato hanya merupakan suatu bentuk komunikasi tentang identitas diri mereka, sehingga banyak di antara mereka memang memiliki tato akan tetapi berkomitmen pada profesi yang dipilih.

Contoh lain lagi adalah, apakah perusahaan mengizinkan apakah karyawan memakai headset sambil mendengarkan musik ketika sedang bekerja. Gen Y sudah terpolakan belajar dan bekerja sambil menikmati musik lewat headset mereka, dan hal ini tidak menjadikan hasil kerja mereka lebih buruk, bahkan mungkin justru meningkat.

3. Memberikan pelatihan kepada atasan Gen Y

Banyak perusahaan yang membuat pelatihan bagi para atasan Gen Y, dengan tujuan agar mereka bisa memahami cara mengelola karyawan Gen Y dan memenuhi kebutuhan Gen Y akan tanggung jawab yang jelas, umpan balik terhadap kinerja mereka dan memberi kesempatan untuk ikut dalam proses pengambilan keputusan. Ketika perusahaan memberikan pelatihan seperti ini, akan mengurangi tingkat frustrasi, baik untuk para atasan maupun si karyawan Gen Y. Kesenjangan antar generasi akan semakin mengecil apabila kedua generasi yang berbeda saling memahami satu sama lain.

4. Perkuat sistem kerja kelompok

Gen Y sudah terbiasa bekerja dalam kelompok sejak mereka di bangku SMA dan kuliah. Gen Y dilatih untuk berdialog, berdebat, menguji logika dan mahir presentasi menggunakan berbagai multimedia. Ketika mereka masuk dunia kerja, mereka sangat berharap atmosfer kerja kelompok yang menantang pemikiran dan logika juga berlaku di tempat kerja mereka. Seorang pemimpin harus menciptakan media kerja kelompok seperti ini untuk menghasilkan kreativitas dan inovasi-inovasi baru.

5. Selalu ada waktu untuk feedback dan diskusi

Gen Y selalu ingin mengetahui pandangan manajemen atau umpan-balik dari atasan terhadap pekerjaan yang mereka lakukan. Sayangnya,

banyak perusahaan yang tidak membiasakan untuk memberikan *feedback* kepada karyawan mereka. Karyawan dianggap seperti "paranormal" yang harus mengetahui sendiri kekurangan dan kelemahan mereka. Karyawan sering dibiarkan bertanya-tanya "Am I doing a good job or not?". Gen Y selalu ingin tahu apabila pekerjaan mereka berhasil dengan baik dan mereka menginginkan adanya umpan-balik saat itu juga. Para karyawan Gen Y mengharapkan atasan mereka mampu memberikan standar kerja yang jelas, menumbuhkan budaya kerja yang berorientasi pada kerja sama kelompok dan memberikan umpan balik secepat mungkin untuk tindakan perbaikan diri.

6. Lakukanlah coaching secara intensif

Gen Y sangat menginginkan perusahaan mempunyai sistem yang dapat mengembangkan diri mereka, baik melalui proses training massal atau melalui *one-on-one coaching* yang sistematis. Gen Y menginginkan alur dan jenjang karir yang jelas, karena mereka merasa harus tahu jelas bagaimana cara untuk cepat sukses. Mereka akan mengejar *track* yang jelas untuk membantu mereka agar cepat naik jabatan. Oleh karena itu, generasi pendahulu harus rajin membimbing karyawan Gen Y agar mereka lebih cepat terampil dan naik jenjang karir.

7. Perbanyak Open Communication

Gen Y tidak mudah menerima sesuatu begitu saja tanpa mempertanyakan sebabnya. Mereka cenderung selalu menanyakan "mengapa" dalam berkomunikasi. Dalam berkomunikasi dengan Gen Y, pemimpin harus menyampaikan informasi secara jelas, transparan dan apa adanya. Gen Y juga ingin diberikan kesempatan untuk berbicara dan bertanya mengenai semua hal. Mereka menganggap bahwa semua orang di perusahaan adalah tim, sehingga dengan pemimpin/atasan pun mereka menganggap berbicara dengan rekan kerja/teman bukan dengan orang yang posisinya lebih tinggi. Biasanya ini semata-mata karena mereka ingin berkomunikasi secara bebas, terbuka dan jelas; bukan karena mereka bermaksud tidak sopan atau kurang ajar. Hal ini yang biasanya menjadikan ketidakakraban antara Gen Y dengan atasannya, karena pemimpin dari generasi sebelumnya masih menganggap sikap ini tidak pantas. Adaptasi mutlak dibutuhkan dalam situasi semacam ini.

Kunci utama paling penting adalah pengendalian untuk mengatasi rasa ingin coba-coba dari generasi Y ini dengan bentuk pemberian batas wewenang. Untuk lebih mengenal karakter generasi Y dapat dilakukan dengan menggunakan project-project khusus dimana generasi penerus sebagai pemimpin project tersebut. **ENL**





Ria Karina, A.Md.

Consultant of PT Global Pratama Taxindo

Untuk keperluan konsultasi dan komunikasi silahkan menghubungi di 031-567 1713 atau email: ria.gpt@jtanzilco.com

PEMOTONGAN PPH 23 ATAS JASA *OUTSOURCING*



JAWABAN:

Dear Ibu Vidya,

Terima kasih atas perhatiannya kepada kami, menanggapi pertanyaan dari Ibu Vidya, mengenai pemotongan PPh 23 atas jasa *outsource* yang memisahkan dan menggabungkan antara biaya gaji dan biaya jasanya (*management fee*) disini dapat kami jelaskan menurut Peraturan Menteri Keuangan PMK Nomor 141/PMK.03/2015, pada pasal 1 ayat (1) menyebutkan "Imbalan sehubungan dengan jasa lain selain jasa yang telah dipotong PPh Pasal 21 dipotong PPh sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN". Pada pasal 1 ayat (3) huruf b disebutkan bahwa jumlah bruto yang dimaksud adalah untuk jasa selain jasa katering adalah seluruh jumlah penghasilan dengan nama dan dalam bentuk apapun yang dibayarkan, disediakan untuk dibayarkan atau telah jatuh tempo pembayarannya oleh badan pemerintah, subjek pajak badan dalam negeri, penyelenggara kegiatan, bentuk usaha tetap, atau perwakilan perusahaan luar negeri lainnya kepada Wajib Pajak dalam negeri atau bentuk usaha tetap, tidak termasuk: pembayaran gaji, upah, honorarium, tunjangan, dan pembayaran lain sebagai imbalan sehubungan dengan pekerjaan yang dibayarkan oleh Wajib Pajak penyedia tenaga kerja kepada tenaga kerja yang melakukan pekerjaan, berdasarkan kontrak dengan pengguna jasa.

Pembayaran yang dimaksud pada ayat (3) huruf b angka 1 tidak termasuk dalam jumlah bruto sebagai dasar pemotongan pajak penghasilan seperti yang dimaksud pada ayat (1) sepanjang dapat dibuktikan dengan kontrak kerja dan daftar pembayaran gaji, upah, honorarium, tunjangan dan pembayaran lain sebagai imbalan sehubungan dengan pekerjaan. Dan dalam hal tidak terdapat bukti daftar pembayaran gaji, upah, honorarium, tunjangan dan pembayaran lain sebagai imbalan sehubungan dengan pekerjaan, maka jumlah bruto sebagai dasar pemotongan pajak penghasilan pasal 23 adalah sebesar keseluruhan pembayaran kepada penyedia jasa, tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai.

Jadi dapat disimpulkan, bahwa apabila Ibu menerima tagihan dan faktur pajaknya dengan rincian: biaya gaji dan manajemen *fee outsource*nya terpisah maka PPh 23 yang Ibu potong adalah 2% dari nilai manajemen *fee outsource* sebelum dikenakan PPN, tetapi apabila Ibu menerima tagihan dan faktur pajaknya tanpa terdapat bukti daftar pembayaran gaji dan lain-lain maka Ibu dapat mengenakan pemotongan PPh pasal 23 sebesar 2% dari keseluruhan pembayaran kepada penyedia jasa, sebelum dikenakan PPN. Demikian sedikit informasi yang dapat saya berikan, semoga dapat bermanfaat buat Ibu Vidya. **ENL**

PERTANYAAN:

Salam sejahtera Redaksi ENL,

Perkenalkan saya Vidya, saya bekerja disalah satu hotel sebagai staf keuangan dan pajak. Untuk menjaga keamanan hotel, kami memperkerjakan beberapa satpam, yang kami peroleh dari perusahaan jasa *outsourcing*. Kami menggunakan dua perusahaan jasa *outsource* yang berbeda. Pada saat kedua perusahaan tersebut menagih kepada kami nilai yang tercantum dalam faktur Pajak perlakuannya berbeda. Perusahaan pertama menyerahkan faktur dan invoice dengan memberikan rincian biaya gaji dan biaya *fee* manajemen secara terpisah sedangkan perusahaan kedua menyerahkan faktur dan invoice tanpa ada perincian hanya tertulis jasa *outsource* dan besaran nilai nominal yang harus dibayarkan pengguna jasa. Jadi atas kedua kondisi tersebut bagaimana saya harus memotong PPh 23 nya dengan benar sesuai dengan peraturan pajaknya? Terima Kasih.

Our Future Office at
THE PEAK
SURABAYA

