JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN SOSIAL (EMBISS)
Vol 1, (4), 2021, 323-333. E-ISSN: 2747-0938
Available online at: https://embiss.com/index.php/embiss

Pengaruh Keterbukaan Komunikasi Pimpinan Perusahaan Dalam Membentuk Peningkatan Dan Kenyamanan Kinerja Karyawan Di PT .Global Sinergi Kartu

Ulfa Maslakhatul Khasanah[1], Amin Sadiqin[2]
[12]STIE Mahardhika Surabaya
Koresponden: aminsadiqin@stiemahardhika.ac.id

ABSTRACT
Open communication is a part of the science of business ethics, a business science that is believed to provide benefits not only to companies or to people who run business, but also to employees, the general public, and the natural environment. Open communication becomes a principle thing in running a company in which there are many deserving people. Open communication becomes a principal thing in running a company in which there are many diverse people. Open communication will make people trust each other. Then, open communication will become effective communication. In fact, effective delivery of information will smoothen the workflow of a company so that the company can get maximum results. PT. Global Sinergi Kartu is one of the companies that implement this rule. Employees of the company stated that they tend to like the openness in communication applied by their leaders. The employees feel to be given the freedom to express their opinion and to get clear information. By conducting in-depth interviews to obtain data, this qualitative research shows the result that the application of the principle of information disclosure has a real positive impact on the performance of employees.
***Keywords**: business ethics, open communication, employee performance*

ABSTRAK
Keterbukaan komunikasi merupakan salah satu bagian dari ilmu etika bisnis, sebuah ilmu bisnis yang diyakini memberikan keuntungan tidak hanya pada perusahaan atau pelaku bisnis, tetapi juga kepada para karyawan, masyarakat umum, dan lingkungan alam sekitar. Keterbukaan komunikasi menjadi suatu hal prinsip dalam menjalankan perusahaan yang di dalamnya terdapat banyak orang yang beragam. Komunikasi yang terbuka, akan berdampak pada saling percayanya satu sama lain. Komunikasi yang terbuka tersebut, lalu akan bertranformasi menjadi komunikasi yang efektif. Penyampaian informasi yang efektif secara otomatis akan melancarkan alur kerja dalam sebuah perusahaan sehingga mendapatkan hasil yang maksimal. PT. Global Sinergi Karut adalah salah satu perusahaan yang menjalankan kaidah ini. Karyawan perusahaan tersebut menyatakan bahwa mereka cenderung menyukai kebijakan keterbukaan komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan mereka. Para karyawan merasa diberi kebebasan dalam berpendapat dan mendapatkan informasi yang jelas dan pasti. Penelitian dengan jenis penelitian kualitatif ini, serta menggunakan metode wawancara mendalam untuk memperoleh data, menunjukkan hasil bahwa penerapan prinsip keterbukaan informasi memberikan dampak positif yang nyata bagi kinerja para karyawan.
Kata Kunci: etika bisnis, keterbukaan komunikasi, kinerja karyawan
Chronicle of Article: Received (12,07,2021); Revised (30,07,2021); and Published (28,08, 2021)
©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)

How to cite this article: Khasanah, U. M., & Sadiqin, A. (2021) 'Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Bagi Hasil, dan Jumlah Penduduk Terhadap Belanja Daerah di Provinsi Jawa Timur', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 1(4), pp. 323-333. Available at: https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/42

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan salah satu aspek kehidupan manusia yang memiliki unsur kompleks. Orientasi utama bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungann perihal ekonomi. Dalam arti yang lebih sempit, berarti perolehan uang sebagai alat tukar dan indikator kekayaan manusia, serta kepemilikan barang dan jasa yang melimpah. Seseorang yang disebut sukses dalam bisnis berarti yang mampu mendapatkan status dan taraf ekonomi yang tinggi. Namun sebagai makhluk sosial, bisnis dalam prakteknya tidak hanya berkaitan dengan uang atau barang sebagai benda mati yang dipertukarkan, namun juga menyangkut soal manusia-manusia yang terlibat dalam bisnis tersebut. Dalam sebuah bisnis, keterlibatan dan kerja sama antar manusia mutlak dibutuhkan, baik dalam sektor produksi, konsumsi, maupun distribusi.

Pada sektor produksi dan distribusi, interaksi antar manusia terjadi dalam sebuah perusahaan. Pelaku usaha membutuhkan banyak manusia sebagai pembantu mereka dalam proses pembuatan barang, dari mulai perolehan bahan mentah hingga barang tersebut siap diedarkan atau didistribusikan. Pada tataran yang lebih kompleks, proses produksi tidak hanya melibatkan manusia. Lingkungan sebagai tempat produksi, pun terkena dampak dari proses bisnis tersebut.

Proses produksi selalu melibatkan tanah sebagai lahan berdirinya sebuah gedung perusahaan. Dalam tanah tersebut, berkaitan pula dengan tumbuh-tumbuhan, makhluk hidup-makhluk hidup yang juga hidup di atas tanah tersebut, dan air yang berada di bawah tanah. Di samping tanah dan air, udara juga hal yang memiliki kaitan dengan perusahaan, terlebih jika perusahaan tersebut adalah sebuah pabrik yang menghasilkan limbah udara.

Pada sektor distribusi, interaksi terjadi antara pelaku usaha dengan karyawan, serta interaksi antara perusahaan satu denga perusahaan lainnya. Sementara dalam sektor konsumsi, karakter interaksi hampir sama dengan sektor produksi, yaitu terjadinya interaksi antara manusia dengan lingkungan. Dalam sektor ini, barang komoditas yang sampai pada konsumen, jamak menghasilkan limbah (biasanya limbah dari kemasan yang dibuang). Limbah tersebut pada akhirnya berkaitan langsung dengan tanah sebagai lahan pembuangan limbah. Kesemua interaksi tersebut masuk dalam koridor ilmu etika bisnis (Prihatminingtyas, 2019). Pada penelitian ini, pembahasan akan terfokus pada interaksi antara manusia dengan manusia dalam suatu perusahaan, yaitu masuk ke dalam sektor produksi dan distribusi.

Salah satu aspek fundamental yang terjadi dalam interaksi di sebuah perusahaan adalah komunikasi. Proses transfer informasi tersebut terjadi baik antara pimpinan dengan karyawan, maupun antara karyawan dengan karyawan. Komunikasi menjadi hal vital disebabkan vitalnya objek dari komunikasi itu sendiri, yaitu informasi. Perolehan informasi yang salah, akan berujung pada impelentasi yang salah pula. Kemudiann implementasi yang salah sasaran tersebut, akan berdampak pada maju-mundurnya sebuah perusahaan.

Bagi pimpinan, informasi yang diterima oleh bawahan perlu dipastikan agar sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan dan disebarkan oleh pimpinan. Seringkali kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan, tidak dijalankan oleh karyawan, bukan karena bawahan tersebut mengingkari peraturan, namun dapat disebabkan oleh penerimaan informasi yang tidak sesuai. Maka dalam menjamin terlaksananya peraturan dan kebijakan perusahaan dalam rangkai mencapai tujuan dan kepentingan perusahaan, pengawasan dan pemastian informasi yang beredar dan yang diterima oleh civitas perusaahaan menjadi hal yang sangat penting.

Dalam tataran yang lebih teknis lagi, komunikasi antara pimpinan dengan karyawan dapat memberikan kepastian, kejelasan, semangat, dan kenyamanan kerja bagi karyawan itu sendiri. Informasi benar dan tepat sasaran kepada karyawan, dapat memberikan kejelasan kerja karyawan. Sehingga karyawan tersebut dapat bekerja sesuai dengan intruksi, yang berujung tidak munculnya resiko dan potensi konflik serta konsekuensi buruk yang diterima oleh karyawan tersebut.

Kebijakan dan ketentuan yang ditentukan oleh perusahaan pun akan dapat dimengerti dan ditaati oleh karyawan jika penyampaian informasi kebijakan tersebut dapat secara benar dan utuh diterima oleh karyawan. Informasi yang tepat seperti itu dapat menciptakan keyakinan dan kepastian hak-hak yang diterima dan diharapkan oleh karyawan. Dengan keyakinan dan tanpa keraguan tersebut, karyawan dapat bekerja dengan maksimal karena kepastian hak yang bakal diterimanya seperti gaji, tunjangan, perizinan, dan hak-hak karyawan lainnya.

Konflik dan ketidak maksimalan kerja seringkali terjadi disebabkan oleh ketidakjelasan informasi yang diterima oleh karyawan dari atasannya. Kebijakan seperti peraturan dan kontrak yang sudah dibuat dan dipahami oleh karyawan pada masa awal kerjanya, berubah menjadi rasa tidak percaya dan melakukan perlawanan kepada atasan karena adanya perubahan kebijakan dan karyawan tidak memahami titik permasalahan dan konkrit kebijakan yang dibuat perusahaan tersebut. Oleh karena itu, proses penyebaran informasi dan pengawasan informasi yang beredar mutlak dibutuhkan oleh perusahaan untuk menjaga kondusifitas kerja perusahaan.

Persoalan komunikasi tersebut, tidak mesti berlangsung satu arah, yaitu dari pimpinan menuju bawahan. Peroleh informasi tersebut, terutama yang menyangkut dengan hak-hak karyawan, dapat berlangsung dari bawah ke atas, yaitu dari bawahan kepada atasan. Interaksi dua arah tesebut lebih baik dalam pemastian informasi yang beredar. Sehingga informasi kabur yang terjadi di bawah, dapat dipastikan sendiri oleh bawahan. Namun konsep seperti itu hanya akan berlaku jika atasan memberikan kesempatan dan membuat kebijakan keterbukaan tersebut. Kebijakan keterbukaan tersebut, akan memberikan dampak psikologis yang cukup bagi karyawan dalam mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan. Karyawan kemudian akan memperoleh kepastian dan kenyamanan dalam bekerja.

Prinsip keterbukaan tersebut, diklaim diterapkan oleh PT Global Sinergi Kartu (GSK), sebuah perusahaan industri kartu yang dijadikan objek penelitian penulis kali ini. Maka berdasarkan premis-premis yang telah dikemukakan di atas, penulis akan meneliti tentang dampak keterbukaan informasi yang diterapkan oleh PT GSK terhadap karyawannya. Sehingga kemudian, diharapkan akan didapatkan sebuah kesimpulan tentang realitas soal dampak apa yang ditimbulkan oleh penerapan prinsip keterbukaan informasi, sebuah sub-*concern* dari etika bisnis, terhadap kinerja dan kenyamanan karyawan dalam melakukan pekerjaannya.

Etika secara bahasa (etimologis) berasal dari bahasa latin yaitu *ethius* atau dalam bahasa Yunani disebut *ethos*, yang berarti kebiasaan, akhlak, watak, sikap, atau cara berpikir. Dalam pengertian kebiasaan tersebut. Dapat berarti kebiasaan baik maupun kebiasaan buruk (Bertens, 2005). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia daring, dijelaskan bahwa yang dimaksud etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Ditinjau dari segi istilahnya (terminologis), etika dapat berarti pengetahuan yang membahas tingkah laku manusia dari segi baik-buruk, benar-tidak, hingga kewajiban-kewajibannya. Disamping itu, etika juga diartikan sebagai sebuah studi atau pengetahuan tentang prinsip-prinsip umum kebenaran perilaku seseorang, baik ditinjau dari konsep baik, buruk, benar, salah dan seharusnya manusia itu bertindak.. Selain itu, etika juga dimaknai sebagaii dasar

moralitas dan filosofi tentang perilaku manusia.. (Haris, 2007 ; Zubair, 1995). Lebih jauh, Bertens menyimpulkan bahwa etika memiliki tiga posisi yaittu sebagai sistem nilai, kode etik, dan filsafat moral.

Dalam pembahasan etika, setidaknya ada dua macam pendekatan. Pertama adalah etika deskriptif dan etika normatif. Etika deskriptif meninjau secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia terhadap situasi dan realitas yang membudaya di masyarakat. Sedangkan etika normatif berbicara tentang bagaimana perilaku ideal manusia yang seharusnya. Sehingga kemudian etika normatif diartikan sebagai norma-norma yang dijadikan petunjuk bagi manusia untuk berperilaku baik dan menghindarkan diri dari hal buruk, sesuai dengan norma yang berlaku atau disepakati oleh masyarakat setempat. (Arifin, 2009). Adapun etika dipelajari agar terbentuknya hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan di antara kelompok manusia, baik antar individu, antara individu dengan kelompok, maupun hubungan dengan institusi. Karena acuan etika dalam kehidupan yaitu mengacu pada norma, moralitas sosial dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. (Prihatminingtyas, 2019). Sedangkan etika bisnis, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia daring, berarti tata cara pengaturan dan pengelolaan bisnis yang ideal dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku. Etika bisnis juga memiliki pengertian sebagai suatu pengetahuan tentang norma dan moralitas yang bersifat universal untuk kemudian digunakan dalam kegiatan bisnis. Adapaun pengetahuan norma dan moralitas yang universal mesti berlaku dalam kegiatan ekonomi dan sosial. Maka, pengetahuan-pengetahuan tentag fenomena, kepentingan, serta norma sosial dan budaya masuyarakat itu dijadikan pertimbangan bagi pelaku bisnis dalam mengambil keputusan.. (Prihatminingtyas, 2019).

Etika bisnis dianggap sebagai bagian yang tak terpisahkan dari proses menjalankan bisnis. Para pengusaha atau pelaku bisnis, tidak dapat menafikkan prinsip-prinsip dalam etika atau budaya yang berlaku di masyarakat. Etika bisnis juga merupakan fondasi yang dibangun oleh pengusaha dan menjadikannya sebagai salah satu indikator pokok dalam menentukan tindakan apa dan perilaku bagaimana dalam bisnisnya.

Penerapan etika bisnis juga merupakan tanggung jawab seorang pelaku usaha untuk mewujudkan situasi dan kondisi bisnis yang sehat dan bermartabat yang ada akhirnya dapat juga bermanfaat bagi masyarakat, bangsa, dan negara. Penerapan etika bisnis akan membangun moral baik bagi pelaku bisnis maupun bagi masyarakat umum sebagai konsumen. Sehingga kemudian dapat menjamin kegiatan bisnis yang baik, seimbang, selaras, dan serasi. (Nugroho, 2015)

Lebih jauh, Keraf menyebutkan ada lima prinsip etika bisnis. Kelima prinsip tersebut yaitu prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadiilan, prinsip saling menguntungkan, dan prinsip integritas moral (Sutrisna, 2010). Adapun penjelasan lima prinsip tersebut yaitu:

1. Prinsip Otonomi. Prinsip otonomi yaitu kemampuan untuk sadar dalam menjalankan tindakan maupun dalam pengambilan keputusan. Pengusaha yang menjalankan prinsip ini dapat dilihat dari segala keputusan dan tindakannya yang berdasarkan atas kesadaran diri, bukan dari paksaan dari pihak lain. Keputusan yang otonom tersebut juga mesti sesuai dengan nilai atau norma yang berlaku di masyarakat.
2. Prinsip Kejujuran. Kejujuran mutlak dibutuhkan oleh para pelaku dunia bisnis. Selain itu, kejujuran sangat diperlukan karena relevan dengan berbagai aspek teknis bisnis. Pertama, kejujura dibutuhkan dalam proses negosiasi dan kesepakatan atau kontrak bisnis. Kedua, kejujuran dibutuhkan dalam proses pemasaran barang maupun jasa, seperti yang berkaitan

dengan nilai dan mutu barang. Ketiga, kejujuran juga dibutuhkan dalam mewujudkan proses dan budaya kerja perusahaan yang harmonis. Suatu perusahaan tidak akan bisa bertahan jika hubungan kerja di dalam perusahaan tidak dilandasi oleh prinsip kejujuran.

3. Prinsip Keadilan. Prinsip keadilan pada dasarnya adalah prinsip tidak merugikan orang lain. Oleh karena itu, bisnis dengan etika berarti kegiatan bisnis yang tidak menghilangkan hak dan kewajiban para pihak yang ada di dalam bisnis tersebut, dari mulai karyawan, pelanggan, investor, pemasok, hingga masyarakat luas yang berhubungan langsung atau tidak dengan bisnis tersebut. Penerapan prinsip keadilan ini diyakini berdampak pada ketahanan jangka panjang.
4. Prinsip Saling Menguntungkan (*Mutual Benefit Principle).* Prinsip ini menuntut agar tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Dalam arti lain, kegiatan bisnis mestu berusaha untuk memberi keuntungan di semua pihak. Prinsip saling menguntungkan ini pada dasarnya mendorong pencapaian esensi dan tujuan bisnis yaitu mendapatkan keuntungan. Maka dalam prakteknya, keuntungan tidak boleh hanya didapat oleh salah satu pihak, pihak penjual misalnya. Pihak penyalur dan konsumen juga mesti mendapat keuntungan sebagai imbalan atas kewajiban-kewajiban yang telah ditunaikan.
5. Prinsip Integritas Moral. Prinsip ini menuntut para pengusaha agar ia melangsungkan bisnisnya (memperoleh keuntungan untuk dirinya) sembari menjaga nama baik perusahaannya. Prinsip integritas moral ini juga menuntut sekaligus menuntun para pengusaha agar segala aspek dalam perusahaan termasuk produk dan kerja karyawan memiliki penerapan moral yang baik, sehingga menaikkan citra diri positif di masyarakat umum.

Pelaksanaan bisnis dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis diyakini memberikan dampak-dampak positif bagi pelaksanaan bisnis itu sendiri, selain memberika manfaat bagi masyarakat secara umum, lingkungan, maupun negara. Namun dalam menerapkan hal ini tidaklah mudah. Etika bersifat dinamis, akan selalu berubah seiring dengan berjalannya waktu. Tiap-tiap wilayah juga memiliki normanya masing-masing. Oleh karena itu dibutuhkan kemampuan atau keahlian dalam menganalisis dalam menangkap norma yang berlaku di masyarakat, dan kemudian menerapkannya dalam proses bisnis.

Jika pelaksanaan bisnis tersebut dapat memahami adat dan norma yang berlaku di masyarakat, kemudian dapat pula menerapkan norma-norma tersebut di proses bisnisnya, masalah-masalah yang berpotensi akan mengundang pro-kontrak dapat tertangani. Adapun manfaat etika bisnis menurut Sutrisna (Sutrisna, 2010) yaitu:

1. Sebagai pemimbing moralitas, etika bisnsi mengarahkan kegiatan bisnis agar sesuai dengan standar moral yang dikatakan baik oleh masyarakat luas.
2. Sebagai pendorong agar pimpinan dan karyawan perusahaan memiliki kesadaran, kritis, otonom dalam mengambil keputusan bagi perusahannya yang sesuai dengan norma sosial.
3. Sebagai pengarah dan petunjuk bagi masyarakat agar mewujudkan kehidupan yang tertib, teratur dan sejahtera, dengan menjalankan norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat.
4. Sebagai ilmu pengetahuan agar para pelaku bisnsi dapat mempelajari penerapan norma sosial yang berlaku di masyarakat untuk kepentingan pencapaian tujuan perusahaan.

Dalam tataran aplikasi, terdapat beberapa aspek dan langkah-langkah yang dapat dijalankan oleh pelaku bisnis sebagaimana dianjurkan oleh Dalimunthe (Dalimunthe, 2004):

1. Pengendalian diri, yaitu tahap seorang pengusaha mampu mengendalikan diri masing-masing untuk tidak mendapatkan sesuatu atau keuntungan dengan jalan curang atau mengambil hak (keuntungan) orang lain.
2. Pengembangan tanggung jawab sosial (*social responsibility)*, yaitu tahap seorang pengusaha yang dituntut intuk peduli dengan keadaan dan kebutuhan masyarakat. Tanggung jawab ini bukan hanya pada tahap pemberian *fresh money* kepada warga, namun pada spektrum yang lebih luas. Kepedulian sosial tersebut dapat berupa bantuan pembangunan fasilitas masyarakat, bantuan pendidikan, kesehatan, atau pelatihan keterampilan.
3. Mempertahankan jati diri, yaitu tahap seorang pengusaha dalam mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi. Perkembangan-perkembangan tersebut mesti dimanfaatkan oleh pengusaha agar memberikan dampak positif bagi masyarakat terutama golongan lemah. Sehingga budaya luhur masyarakat tidak terkikis akibat teknologi yang diterapkan pengusaha tersebut dalam bisnisnya.
4. Menerapkan konsep "pembangunan berkelanjutan", yaitu tahap pengusaha tidak hanya memikirkan keuntungan yang bisa didapat masa sekarang, tetapi perlu memikirkan tentang kondisi dan kebutuhan di masa mendatang. Menggunakan konsep ini, maka seorang pengusaha tidak mengeksploitasi lingkungan dan keadaan di masa sekarang tanpa mempertimbangkan lingkungan dan keadaan di masa depan, meskipun masa kini merupakan potensi besar untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.
5. Konsekuen dan konsisten dengan aturan main bersama. Pada tahap ini pengusaha dituntut untuk menjalankan kesepakatan yang telah disepakati bersama, baik antar pengusaha maupun antara pengusaha dengan pihak lain.

Keterbukaan komunikasi merupakan hal prinsip sekaligus teknis untuk mendukung dan maksimaliasi kerja bersama, yang salah satunya adalah kerja dalam suatu perusahaan atau bisnis. Pada dasarnya, komunikasi ialah proses interaksi antara satu pihak dengan pihak lainnya, baik interpersonal, interkomunal, maupun antara personal dengan komunal. Lebih lanjut, komunikasi memiliki dua dimensi yaitu informaasi dan interaksi Komunikasi merupakan proses sosial yang membawa konsekuensi penting dalam organisasi atau lembaga, tidak hanya diikuti sebagai keterampilan antar pribadi (*interpersonal skill)*, melainkan juga sebagai alat manajemen, sumber kekuasaan, dan bahkan bisa berfungsi sebagai penghambat terjadinya hal-hal buruk bagi lembaga. (Herjana, 2000). Oleh karena itu, proses komunikasi yang terjadi dalam sebuah bisnis mesti dikelola dengan baik dan dikelola secara maksimal agar fungsi dan dampak komunikasi tersebut memberikan dampak maksimal pula bagi bisnsi tersebut, baik dalam rangka memperoleh keuntungan, maupun dalam rangka menciptakan iklim kerja yang kondusif.

Sebagai pemangku jabatan dan kepentingan utama, dan juga sebagai kompas dan pengendali bisnis, pimpinan perusahaan dituntut untuk menjalankan komunikasi yang efektif dan terarah. Bagi pemimpin, komunikasi ke bawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk mengubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecuriigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalah pahaman karena kurangnya informasi, dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan dengan perubahan. Komunikasi dan informasi ke bawah tersebut dapat berupa *job desk* pekerjaan, kebijakan perusahaan, maupun dasar pemikiran sebuah perusahaan.

Salah satu ciri komunikasi yang efektif adalah keterbukaan, Dalam keterbukaan komunikasi ini, setidaknya terdapat tiga unsur dalam menentukan kualitasnya, yaitu: 1) saling memberikan informasi lengkap satu sama lain, 2) komunikasi berlangsung jujur dan spontan, dan 3) komunikator wajib bertanggung jawab atas apapun yang disampaikan. (Sobur, 2003). Jika hal-hal tersebut sudah menjadi budaya dalam komunikasi perusahaan, maka potensi informasi tersebut dapat memberikan dampak positif juga akan semakin besar.

Proses keterbukaan komunikasi ini tidak hanya berlaku bagi pimpinan sebagai orang yang berkepentingan dalam memastikan karyawannya bekerja dengan maksimal. Keterbukaan ini juga dibutuhkan bagi seorang karyawan dalam membuka komunkasi dengan atasannya, yaitu dalam rangka memenuhi kepentingan karyawan itu sendiri.

Keterbukaan tersebut diartikan sebagai sikap dapat menerima masukan dari orang lain, dan berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Karyawan yang bekerja, perlu untuk terbuka dan menyampaikan informasi yang penting bagi dirinya dan diperlukan bagi pimpinan agar segala kepentingan dapat terakomodir. Sifat keterbukaan satu sama lain secara sukarela ini juga dalam rangka membangun kedekatan (*intimacy*) terhadap lawan bicaranya. (Karina, 2012). Lebih jauh, keterbukaan komunikasi dapat berujung pada terciptanya hubungan interpersonal yang saling percaya dan minim resiko kerja

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan kerangka teori yang digunakan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: Dengan diterapkan prinsip keterbukaan informasi, kinerja dan kenayamanan karyawan dalam bekerja atau kinerja karyawan mengalami peningkatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena meneliti realitas, fenomena yang bersifat kompleks, dinamis, dan penuh makna. Dengan metode kualitatif ini diharapkan dapat memperoleh informasi yang mendalam dan mengundang makna yang sebenarnya dan merupakan suatu nilai dibalik data atau informasi yang nampak dari hasil perolehan.

Penelitian ini dilakukan di PT Global Sinergi Kartu, sebuah perusahaan percetakan kartu yang bertempat di kecamatan Sukodono, kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Data yang digunakan adalah data primer, yaitu informasi yang didapat langsung dari responden utama tanpa perantara, yaitu responden yang terlibat dan berkaitan langsung dengan fokus penelitian.

Dalam penelitian ini, data diperoleh dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*indepth interview*) langsung kepada responden. Informasi-informasi yang didapat itu kemudian dianalisis dengan konsep-konsep yang sudah diterangkan pada Kerangka Teoritis di atas. Setelah itu hasil pembahasan dituangkan dalam bentuk penulisan yang deskriptif dan analitis.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

PT. GSK adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri pencetakan kartu PVC, distributor printer kartu beserta consummablenya, sekaligus penyedia software aplikasi serta kebutuhan lain yang berhubungan dengan kartu PVC. Perusahaan yang berlokasi di Sukodono, Sidoarjo ini membuat produk seperti ID card, banner, sticker, materia pelengkap kartu (*consumable*), software kasir dan absensi, serta penjualan printer kartu dan hardware-hardware lain.

PT. GSK menjalankan proses produksi sekaligus pemasaran. Bagian produksi menjalankan proses produksi sesuai dengan permintaan konsumen. Sementara bagian pemasaran, bertugas mencari konsumen-konsumen baru dengan membuat penawaran-penawaran kepada sebuah lembaga atau perusahaan. Disamping itu terdapat pula staf bagian administrasi. Secara singkat,

struktur organisasi PT. GSK yaitu Dewan Komisaris, Direktur, Manajer Umum, Staf Administrasi, Sekretaris, Pemasaran, dan Kepala Produksi beserta bawahannya di bidang produksi. Dalam bidang pengelolaan SDM, Manajer Umum bertanggung jawab atas berjalannya proses produksi, yaitu *line* yang berisi karyawan-karyawan di struktur organisasi paling bawah. Manajer umum menjadi jembatan antara bawahan dengan pengambil kebijakan strategis, yaitu Direktur beserta jajaran staf yang lain.

Manajer umum PT. GSK menjadi penyampai serta penerjemah intruksi dan kebijakan yang dibuat oleh Direksi kepada bawahan, sekaligus pula menjadi penyampai dan pelapor kondisi bawahan kepada Direksi. Dalam hal ini berarti Manajer umum menjadi pintu informasi bagi atasan maupun bawahan.

Berdasarkan keterangan Manajer umum, pihaknya selalu terbuka di setiap jam kerja. Para bawahan diberi keleluasaan untuk menyampaikan atau menanyakan informasi yang berkaitan dengan mereka, seperti peraturan kerja terbaru, tunjangan-tunjangan yang mereka dapatkan, jenjang karir, atau perizinan-perizinan seperti kematian orang tua, kelahiran anak, sakit, dan lain sebagainya.

Dalam proses komunikasi dari bawah ke atas, Manajer menyampaikan informasi melalui dua media, media tulisan dan media lisan. Media tulisan disampaikan melalui papan yang terpajang dan terkadang melalui ponsel, sedangkan media lisan disampaikan langsung kepada bawahan baik secara komunal maupun personal. Perihal kebijakan terkait proses kerja produksi, disampaikan secara komunal. Sedangkan perihal kebijakan seperti perizinan dan tunjangan atau gaji, disampaikan secara personal. Hal ini menurutnya, bersifat sensitif dan privasi.

Pihak manajer mengungkapkan bahwa hal tersebut dilakukan dari masa awal perekrutan karyawan-karyawan. Perusahaan meyakini bahwa kedekatan komunikasi antar karyawan maupun antara pemilik usaha dengan karyawan menjadi kunci suksesnya sebuah perusahaan. Pada perusahaan yang masih berumur dua tahun ini, kesolidan antar karyawan menjadi prioritas dalam mengembangkan perusahaan.

Adapun dari pihak bawahan, mereka mengamini apa yang diungkap oleh Manajer umum. Hak dan kewajiban mereka dipaparkan sejak awal mereka bergabung dalam perusahaan. Mereka pun diperkenankan menyampaikan hal-hal yang dirasa kurang berkenan bagi mereka seperti jumlah tunjangan, meski pada akhirnya kebijakan tersebut tidak dapat dinegosiasikan dan bersifat mutlak kebijakan perusahaan.

Soal perizinan contohnya, ketika ada pihak keluarga yang jatuh sakit, seorang karyawan merasa tidak segan untuk memberitahu dan meminta izin kepada Manajer umum agar dapat menjenguk keluarga ke rumah sakit. Ia menyatakan bahwa ia berani memberi tahu dan meminta izin kepada atasan meskipun masih dalam jam kerja dan tidak ada dalam klausul kontrak kerja, adalah karena ia merasa dekat dengan pimpinan.

Meski pada akhirnya tidak diperkenankan oleh pimpinan untuk meninggalkan tempat kerja karena masih dalam jam kerja sesuai dengan kontrak yang telah disepakati di awal, namun pihak karyawan tersebut tidak merasa diperlakukan tidak adil dan tidak merasa pula dihilangkan haknya. Ia mengaku karena dekat dengan Manajer umum tersebut.

Soal gaji dan jenjang karir pun demikian. Para karyawan mengaku mendapat kejelasan terkait gaji beserta tunjangan yang didapatnya, serta jenjang karir yang ditawarkan kepada mereka. Para karyawan tersebut menyatakan bahwa kejelasan gaji dan jenjang karir yang didapat mereka memberikan dampak kenyamanan dan kepastian dalam bekerja, tidak merasa ragu dan

khawatir jika sewaktu-waktu mereka mendapat pengurangan gaji atau status kepegawaian yang mereka terima nantinya.

Meski rata-rata mereka baru bekerja selama kurang lebih satu tahun, namun mereka tidak merasa ragu atas ucapan dan janji dari pimpinan mereka. Karyawan-karyawan PT. GSK tersebut beralasan karena mereka percaya dengan atasan meraka. Rasa percaya mereka muncul karena mereka merasa mengenali pribadi dan karakter para pimpinan, hal itu dikarenakan cukup intensnya mereka berkomunikasi satu sama lain.

Intensnya interaksi yang berujung pada kedekatan personal tersebut juga berdampak lembur. Para karyawan merasa tidak terbebani oleh kebijakan lembur yang diterapkan oleh perusahaan, yang biasanya dikerjakan karena adanya *deadline*. Jam lembur yang memakan waktu dua hingga tiga jam itu tidak dirasakan sebuah beban oleh karyawan. Saat diminta lembur oleh perusahaan, mereka mengaku bahwa perintah lembur tersebut tidak dirasakan sebagai sebuah tuntutan dan paksaan yang membebani kerja dan waktu mereka.

Meninjau dari hasil wawancara terhadap Manajer umum sebagai penanggung jawab kinerja SDM dan terhadap karyawan-karyawan, maka dapat dianalisis sebagai berikut. Manajer menerapkan prinsip keterbukaan (Karina, 2012), yaitu sikap dapat menerima masukan dari orang lain dan berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Begitu pula karyawan, mereka juga menerapkan prinsip keterbukaan tersebut. Proses keterbukaan satu sama lain itu, dan terjadi berulang-ulang, dapat memunculkan sebuah kedekatan (*intimacy*). Proses keterbukaan yang kemudian berdampak pada kedekatan tersebut dapat dilihat dari kejadian-kejadian yang telah diterangkan di atas, yaitu saat karyawan tidak segan dalam menyampaikan hal-hal kepada Manajer karena merasa pimpinan mereka selalu terbuka dan terasa sudah dekat secara emosional.

Penerapan prinsip keterbukaan tersebut, kemudian berakibat pada apa yang disebut Sobur (2003), sebagai komunikasi efektif. Menurutnya, komunikasi efektif dapat terjadi jika adanya keterbukaan antara komunikan satu dengan komunikan lainnya. Sikap saling memberi informasi dan kejujuran yang terjadi antara dua pihak ini dapat semakin meningkatkan kualitas efektifitas komunikasi.

Intensitas komunikasi dan komunikasi efektif tersebut, kemudian dapat berimplikasi pada sampainya tujuan pemimpin kepada bawahan, membentuk kesamaan asumsi di tubuh perusahaan, mengurangi kesalah pahaman dan miskomunikasi, sehingga anggota perusahaan dapat menyesuaikan dengan perubahaan dan tuntutan produksi maupun tuntutan-tuntutan perusahaan lainnya. (Lewis, 1987).

Dalam realitas kerja di PT GSK, proses keterbukaan menuju komunikasi efektif itu terjadi dalam penyampaian kebijakan oleh Manajer umum kepada para bawahan. Kedekatan yang terjadi tersebut, mengakibatkan bawahan dapat memahami langsung apa yang diinginkan oleh bawahan. Lebih lanjut, pemahaman yang baik oleh karyawan terhadap keinginan pimpinan, kemudian terwujud dalam kesediaan tanpa beban dari karyawan untuk melaksanakan tugas-tugas tambahan yang diberikan oleh pimpinan sebagaimana contoh lembur di atas.

Prinsip-prinsip yang diterapkan oleh perusahaand an budaya yang terjadi dalam PT GSK tersebut, sesuai dengan prinsip etika bisnis. Sutrisna (2010) menyebut bahwa penerapan moralitas, sikap mendorong dan mengajak orang untuk bersikap terbuka dan kritis, dapat menjadikan bisnis menjadi lebih baik. Secara lebih mendasar, pemanfaatan etika memang bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan.

Dalam lima prinsip etika bisnis yang dikemukakan oleh Keraf, setidaknya ada tiga prinsip yang terang diterapkan oleh PT. GSK. Pertama yaitu prinsip otonomi. Perusahaan mengambil kebijakan atas dasar kebutuhan dan kepentingan perusahaan. Sedangkan karyawan, diberikan kebebasan untuk menyepakati kontrak yang telah ditawarkan kepada mereka. Selain itu juga karyawan diberikan kebebasan untuk menyatakan pendapatnya sehingga tindakan mereka nantinya adalah tindakan yang disadari oleh karyawan tersebut, bukan karena kepasarahan dan efek kepemimpinan para pimpinan perusahaan yang dapat mengakibatkan bawahan bekerja tanpa menyadari apa yang dilakukannya.

Prinsip kedua adalah kejujuran. Perusahaan secara terbuka menunjukkan kewajiban yang dilakukan oleh karyawan beserta hak yang mereka peroleh dalam suatu kontrak kerja. Apabila terjadi penambahan kebijakan, maka pimpinan secara jujur dan terbuka memberi tahu langsung kepada para karyawan. Begitu pula budaya yang dijalankan oleh karyawan, mereka terus terang dalam menyampaikan keluhan dan kebutuhannya kepada para pimpinan.

Ketiga adalah prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*). Kebijakan yang diambil perusahaan untuk transparan adalah untuk memastikan bahwa baik perusahaan maupun karyawan untuk mendapatkan keuntungan bersama sesuai dengan ketentuan dan detail yang disepakati. Termasuk dengan kebebasan karyawan untuk menyepakati kontrak tersebut, agar karyawan secara sadar dan atas kehendaknya sendiri dalam memperoleh keuntungan tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil-hasil penelitian di atas, dari penentuan kerangka teori, perolehan data melalui wawancara mendalam, lalu hasil wawancara tersebut dianalisis dengan menggunakan kerangka teoritik, maka ditemukan kesimpulan bahwa hipotesis bernilai benar.

Para karyawan merasa semangat dan mendapat kenyamanan dalam bekerja. Hal itu mereka dapatkan karena kebijakan dan budaya perusahaan yang memberikan keterbukaan bagi mereka untuk berkomunikasi dengan pimpinan mereka. Informasi-informasi jelas yang mereka terima dapat meneguhkan keyakinan bahwa kepastian hak-hak mereka dapat dipenuhi dengan adil. Dengan menjalankan prinsip etika bisnis, PT. Global Sinergi Kartu memperoleh budaya kerja yang kondusif dalam mendapatkan kemajuan dan keuntungan sebesar mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Johan, 2009, *Etika Bisnis Islami*, Walisongo Press, Semarang.

Bertens, K, 2005, *Etika,* Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Dalimunthe, Rita F., 2004, *Etika Bisnis,* Journal LP- Manajemen, Medan.

Effendy, J. (2021). The Impact Of Organizational Culture And Work Environment On Employee Performance Through Leadership In Corporate Security Unit Of PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBIS)*, *1*(1), 1–10. Retrieved from https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/1

Haris, Abd., 2007, *Pengantar Etika Islam*, Al-Afkar, Sidoarjo.

Herjana, Andre, 2000, *Audit Komunikasi; Teori dan Praktek*, PT Grasindo, Jakarta.

Nugroho, Arissetyanto, dkk, 2015, *Etika Bisnis (Business Ethic)*, IPB Press, Bogor.

Pallawagau, A. (2021). The Impact of Organizational Culture, and Work Motivation on Employee Performance Through Employee Job Satisfaction PT. Kasmar Tiar Raya. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND SOCIAL SCIENCE*

(IJEMBIS), *1*(1), 11–21. Retrieved from https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/3

Prihatminingtyas, Budi, 2019, *Etika Bisnis; Suatu Pendekatan dan Aplikasinya terhadap Stakeholders*, CV IRDH, Purwokerto.

Sadiqin, A. (2021). Social Economic Analysis Of Women's Role In Informal Sector House: Case Study: Ibu Nyai , Babakan Lebak Village, Dramaga, West Java. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBIS)*, *1*(2), 126–133. Retrieved from https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/21

Sobur, Alex, 2003, *Psikologi Umum*, Pustaka Setia, Bandung.

Sutrisna, D., 2010, *Etika Bisnis: Konsep Dasar Implementasi dan Kasus*, Udayana Uniersity Press, Bali.

Zubair, Achmad Charis, 1995, *Kuliah Etika,* Rajawali Press, Jakarta.