



CORPORATE

Catat! Keberlanjutan Bisnis, Butuh Etika

Prinsip-prinsip etika penting sebagai pedoman dalam menjalankan perusahaan. Tanpa adanya etika sebagai panduan, perusahaan akan dijalankan secara oportunistik dan kebijakannya menjadi tidak konsisten. Adakah peran PR di dalamnya?

Bisnis yang berkelanjutan menjadi keinginan semua perusahaan. Namun, dalam mewujudkan bisnis berkelanjutan itu harus dimulai dari adanya keselarasan antara praktik bisnis eksternal dengan internal berdasarkan prinsip-prinsip etika. “Tanpa etika, perusahaan akan dijalankan secara oportunistik sehingga kebijakannya tidak konsisten,” kata Chairman and Chief Consultant Kiroyan Partners (KP) Noke Kiroyan kepada *PR INDONESIA* secara tertulis, Senin (22/11/2021).

Sementara fakta di lapangan, KP menemukan masih adanya mispersepsi yang cukup sering terjadi, seperti tidak terintegrasinya *sustainability* dalam strategi perusahaan. Keberlanjutan seolah-olah tidak tertanam dalam model bisnis inti perusahaan. Kurangnya informasi mengenai etika dan keberlanjutan yang memadai dari level eksekutif hingga lini bawah. Serta, masih adanya kesalahpahaman bahwa konsep *ethics* dan *sustainability* hanya berlaku untuk perusahaan multinasional atau perusahaan publik.

Mispersepsi lainnya yang kerap dianggap bukan bagian dari keberlanjutan usaha adalah perlakuan perusahaan yang kurang setara terhadap karyawan. Padahal cara perusahaan dalam memperlakukan karyawan sebagai *stakeholder* internal terpenting akan sangat berpengaruh terhadap kinerja, bahkan reputasi perusahaan. Dengan demikian,

keberlanjutan bukan hanya soal kepedulian perusahaan terhadap lingkungan.

Lantas, di mana peran dan kontribusi *public relations* (PR)? CEO and Principal Consultant Kiroyan Partners Verlyana Hitipeuw mengatakan, setiap Divisi PR di dalam perusahaan memiliki peran penting untuk membantu perusahaan membentuk masa depan bisnisnya. “Dimulai dari Divisi PR itu sendiri,” kata perempuan yang karib disapa Veve ini. Caranya, berkomitmen menjalankan komunikasi yang benar kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal sesuai prinsip etika dan keberlanjutan. Apalagi Divisi PR merupakan pemegang komunikasi utama perusahaan.

Tanggung Jawab

Sebagai konsultan PR, KP merasa memiliki tanggung jawab moral untuk meluruskan segala mispersepsi ini. Mereka pun berkomitmen merangkul semakin banyak perusahaan, terutama klien KP, untuk memberikan perhatian serius terhadap pentingnya etika dan keberlanjutan untuk praktik bisnis yang bertanggung jawab. Menurut Veve, cara terampuh untuk mendorong semakin banyaknya perusahaan yang menanamkan prinsip etika dan keberlanjutan adalah dengan memberi contoh nyata. Sejak beroperasi, KP senantiasa berkomitmen menjunjung tinggi prinsip etika, *sustainability*, GCG, hingga memegang teguh *ethical values*.

Foto: Dok. Kiroyan Partners



Selama 15 tahun menerapkan prinsip-prinsip etika dan keberlanjutan, Kiroyan Partners telah menuai banyak hasil positif.

Pada tahun 2008, KP bahkan menandatangani UN Global Impact dan menjadikan prinsip-prinsipnya sebagai bagian dari strategi, budaya, dan operasi bisnis perusahaan. KP juga mengeluarkan delapan poin sebagai pedoman perilaku. Selama 13 tahun menerapkan prinsip tersebut, KP telah menuai banyak hasil positif. Untuk manfaat internal, misalnya, karyawan memiliki pedoman yang jelas. Faktor ini memberikan ketenangan dalam bekerja. Sementara dari sisi bisnis, klien meyakini KP tidak akan menyalahgunakan kepercayaan yang diberikan. Bahkan, apabila dalam penelusuran, ditemukan indikasi proyek yang mengandung risiko pelanggaran etika, KP tidak segan untuk tidak meneruskan kerja sama.

Direktur dan Principal Consultant KP Deasy Berlianti Rasjid meyakini jika mereka dapat meraih dan mempertahankan kedua hal itu, niscaya hubungan antara KP dengan klien akan langgeng. “Bisnis pun berkelanjutan,” ujarnya seraya berharap bisnis beretika dan berkelanjutan dapat menjadi norma umum dalam kehidupan bisnis sehari-hari. ● [rtn/rvh](#)