

ANALISIS IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) PADA PT. WAHANA KOSMETIKA INDONESIA

Geovanny Marta

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: geovannymarta94@gmail.com

Abstrak- Tingkat persaingan usaha yang terus meningkat, serta adanya peningkatan produk kosmetik impor mendorong perusahaan untuk menerapkan *Good Corporate Governance* (GCG). GCG akan membantu perusahaan untuk meningkatkan efektifitas serta efisiensi dalam perusahaan sehingga dapat membantu perusahaan untuk menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* pada PT Wahana Kosmetika Indonesia yang bergerak di bidang produksi produk kesehatan dan kecantikan dengan konsep spa yang menggunakan banyak bahan natural. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara semi-terstruktur kepada narasumber. Metode penentuan narasumber yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Setelah melakukan wawancara, hasil wawancara kemudian diuji keabsahannya menggunakan metode triangulasi. Hasil wawancara ketiga narasumber akan dibandingkan satu dan lainnya untuk memperoleh data yang *valid*. Penelitian pada PT Wahana Kosmetika Indonesia menunjukkan bahwa ada beberapa kekurangan dalam penerapan prinsip GCG, terutama pada prinsip transparansi dan akuntabilitas. Pada prinsip transparansi, perusahaan belum menyadari pentingnya penyampaian visi dan misi perusahaan yang jelas kepada seluruh bagian perusahaan. Pada prinsip akuntabilitas, struktur perusahaan masih belum sesuai dengan struktur perusahaan sesuai dengan unsur GCG yang baik, yang seharusnya terdapat Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris, serta Dewan Direksi. Perusahaan diharapkan dapat merubah struktur perusahaan serta menyampaikan visi dan misi kepada seluruh bagian perusahaan sehingga prinsip-prinsip GCG dapat terlaksana dengan baik.

Kata Kunci- *Good Corporate Governance*, transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kesetaraan dan kewajaran

I. PENDAHULUAN

Good Corporate Governance (GCG) adalah tata kelola perusahaan yang baik (Zarkasyi, 2008, p.1). GCG mencakup lima prinsip dasar yakni *Transparency*, *Accountability*, *Responsibility*, *Independency*, serta *Fairness*. Melalui lima prinsip ini, banyak perusahaan yang membuktikan bahwa tidak hanya memberikan dampak yang baik bagi keuntungan perusahaan. GCG menuntun perusahaan supaya lebih terstruktur dan efisien dalam mengelola sumber daya yang ada sesuai dengan nilai moral yang ada. Chung, *et al.* (2010, p. 286-287) menyatakan bahwa perusahaan dengan penerapan GCG cenderung memiliki likuiditas perusahaan yang lebih baik, karena GCG mempengaruhi finansial dan

transparansi operasional, serta dapat menekan biaya ekuitas. Tidak hanya itu, melalui penerapan prinsip-prinsip GCG, tercipta keharmonisan dan kepercayaan antar organ perusahaan dengan para *stakeholder*. Suprayitno *et al.* dalam buku Zarkasyi (2008, p. 8) menyatakan secara tegas bahwa penerapan prinsip GCG sangat diperlukan, karena GCG mampu mendorong pengelolaan perusahaan secara professional, transparansi, akuntabel, efektif, dan efisien.

Implementasi GCG di Indonesia saat ini masih rendah, menurut Direktur GCG Center Trisakti, Dr. Khomsiyah di website *Business Review*, penerapan GCG di Indonesia masih sebatas regulasi semata, serta perusahaan belum menyadari pentingnya penerapan GCG sebagai kebutuhan dari perusahaan (*br-online.co.id*, 2015). Hal ini menunjukkan makna dan manfaat penerapan GCG belum dipahami benar oleh para pelaku GCG baik korporasi, pemerintah, maupun lembaga publik.

Industri kosmetik Indonesia seperti dikutip dari Kementerian Perindustrian Indonesia (*kemenperin.go.id*, 2015, para. 9), juga mendapat tantangan dengan peredaran produk kosmetik impor di pasar domestik pada 2015. Hal ini disebabkan oleh tingginya permintaan pasar domestik premium (*high branded*). Menurut data Perkosmi, tahun lalu penjualan kosmetik impor mencapai Rp 2,44 triliun, naik 30% dibanding 2011 sebesar Rp 1,87 triliun. Tahun ini, penjualan produk kosmetik impor diproyeksikan naik lagi 30% menjadi Rp 3,17 triliun. Peningkatan tersebut ditopang oleh kenaikan volume penjualan serta penurunan tarif bea masuk seiring perjanjian perdagangan bebas. Adanya persaingan dengan produk impor membuat industri kosmetik dalam negeri menghadapi tantangan pasar yang lebih berat.

Industri kosmetik dan kecantikan Indonesia adalah salah satu industri yang rawan dengan penerapan prinsip-prinsip GCG, yaitu ada beberapa bahan-bahan terlarang seperti merkuri dan paraben. Bahan-bahan ini dapat menyebabkan efek samping yang fatal yang dapat menyebabkan kerusakan ginjal, menyebabkan iritasi pada kulit pengguna, bahkan dapat menyebabkan efek samping fatal yaitu kanker kulit. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) masih banyak menemukan kosmetik bermerkuri di pasaran. Dari 30 ribu item sampel produk yang diperiksa, ada 39 merek kosmetik yang mengandung bahan terlarang tersebut (*sumutpos.co.id*, 2011). Akibat dari penggunaan bahan terlarang, produk akan ditarik dari pasaran. Tidak hanya itu, dari produk yang ditemukan memiliki kandungan bahan berbahaya, tidak ada yang mencantumkan bahan tersebut pada label komposisi, sehingga terjadi ketidakjujuran, seringkali perusahaan kosmetik berkaitan hanya mencantumkan bahan-bahan yang diperbolehkan oleh BPOM.

PT Wahana Kosmetika Indonesia dengan merek terdaftar Azarine Kosmetik Spa yang berkantor pusat di Jl. Gedangan, Sidoarjo, adalah salah satu dari perusahaan keluarga yang telah berdiri sejak 01 September 2002. Pada saat didirikan, perusahaan ini bermula dengan bentuk perusahaan CV yang memproduksi produk-produk kecantikan dan kesehatan dengan konsep spa berbahan dasar alami seperti masker, sabun mandi, lulur susu pemutih, rempah herbal rendaman, dan lainnya. Hingga saat ini, Azarine Spa telah memperluas jaringan distribusi hampir ke seluruh wilayah Indonesia. Adapun wilayah pendistribusian lokal seperti Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali, Batam, Lombok, Kepulauan Riau dan Nusa Tenggara.

PT Wahana Kosmetika Indonesia berkomitmen untuk menyediakan produk-produk yang tidak hanya dapat mempercantik tetapi juga aman untuk segala usia, sehat, serta sesuai untuk iklim tropis dan subtropis. Seluruh produk dari PT Wahana Kosmetika Indonesia telah dilengkapi dengan sertifikasi dari BPOM Indonesia. Untuk dapat meningkatkan kualitas, keefisienan perusahaan, serta citra perusahaan maka penerapan prinsip-prinsip GCG menjadi sangat krusial. Ditegarai, PT Wahana Kosmetika Indonesia sudah menerapkan prinsip-prinsip GCG tetapi belum menyeluruh. Hal ini terlihat pada saat dilakukan tinjauan ke lokasi perusahaan, tidak terlihat adanya papan visi dan misi yang jelas di sekitar area produksi maupun area kantor karyawan, padahal perusahaan telah menerapkan beberapa prinsip GCG seperti adanya izin produksi serta telah mendaftarkan produk kepada Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Dari penjabaran di atas, akan dilakukan penelitian mengenai prinsip-prinsip apa saja yang telah diterapkan, prinsip mana yang belum mampu diterapkan oleh perusahaan, serta apa kendala yang dihadapi sehingga perusahaan tidak dapat menerapkan prinsip terkait. Melalui penelitian ini diharapkan dapat meyakinkan perusahaan mengenai pentingnya penerapan prinsip-prinsip GCG, serta menjadi pedoman bagi perusahaan untuk menerapkan prinsip-prinsip GCG secara menyeluruh, sehingga dapat meningkatkan kualitas perusahaan serta membantu perusahaan menghadapi tingkat persaingan yang tinggi di industri kosmetik.

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan penerapan prinsip-prinsip GCG pada PT Wahana Kosmetika Indonesia.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah kualitatif deskriptif. Jenis penelitian Penelitian kualitatif deskriptif, menurut Leksono (2013, p. 181) adalah sebuah pendekatan terhadap suatu perilaku, fenomena, peristiwa, masalah atau ke-adaannya tertentu yang dapat menjadi objek penyelidikan; yang hasil temuannya berupa uraian-uraian kalimat bermakna yang menjelaskan pemahaman tertentu. Penelitian kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian penelitian yang ti-dak dapat diukur dengan statistik dan hasil dari penelitian akan disajikan secara naratif, serta agar dapat dari penelitian dapat ditarik kesimpulan secara deskriptif sebagai hasil akhir.

Objek penelitian yang akan diteliti adalah prinsip-prinsip Good Corporate Governance pada perusahaan PT Wahana Kosmetika Indonesia. Subyek penelitian yang diteliti adalah perusahaan yang bergerak di industri kosmetik dan kesehatan

yaitu, PT Wahana Kosmetika Indonesia yang berlokasi di Gedangan, Sidoarjo.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Menurut Azwar (2013, p. 91), sumber data primer adalah data tangan pertama yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau metode pengambilan data langsung dari subjek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Metode pengambilan data yang digunakan dapat berupa wawancara, observasi, maupun instrument pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya. Oleh karena itu, sumber data primer berupa informasi penerapan prinsip *Good Corporate Governance* dalam perusahaan akan didapatkan melalui wawancara dengan pemilik beserta manajer-manajer PT Wahana Kosmetika Indonesia.

Dalam penelitian ini data sekunder juga digunakan. Data sekunder menurut Azwar (2013, p. 91) merupakan data tangan kedua yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung dari subjek penelitian. Contoh data sekunder adalah dokumentasi maupun data/laporan yang tersedia. Data sekunder diperoleh dari informasi perusahaan PT Wahana Kosmetika Indonesia berupa akta pendirian serta publikasi yang tertera di *website* perusahaan, selain itu, data berupa buku teks, pedoman pelaksanaan *Good Corporate Governance*, serta jurnal penelitian mengenai isu *Good Corporate Governance* dan manfaat penerapan prinsip *Good Corporate Governance* juga akan digunakan sebagai data pembandingan penelitian sehingga penelitian teruji keabsahannya.

Pada penelitian ini, teknik *purposive sampling* digunakan sebagai metode penetapan narasumber. Teknik tersebut adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu partisipan memiliki keunikan maupun karakteristik pada pengalaman, perilaku, persepsi, baik secara konseptual maupun teoritis yang dapat dikembangkan selama proses wawancara (Cooper, 2008, p. 169). Narasumber yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik sekaligus direktur perusahaan, manager bagian keuangan, serta manager bagian pemasaran. Pemilik dipilih karena dianggap paling mengerti perusahaan, mulai dari sejarah pendirian hingga pengembangan perusahaan, serta pengambilan-pengambilan keputusan perusahaan sehingga pemilik memiliki pengetahuan secara umum mengenai perusahaan. Manajer bagian keuangan dan produksi juga dipilih untuk meninjau lebih dalam mengenai implementasi kebijakan, sistem, fungsi, dan struktur perusahaan berkaitan dengan divisi mereka.

Pengujian keabsahan data pada penelitian ini menggunakan proses triangulasi. Menurut Sugiyono (2013, p. 464), triangulasi adalah validasi silang dalam penelitian kualitatif berdasarkan pengumpulan data-data dari berbagai sumber. Diartikan juga sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil analisis implementasi prinsip-prinsip GCG pada PT Wahana Kosmetika Indonesia:

Transparansi

Transparansi adalah keterbukaan informasi di dalam perusahaan. Transparansi di dalam perusahaan sangat diperlukan untuk menjaga objektivitas dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan, di mana dapat diwujudkan dalam bentuk penyediaan informasi yang material serta relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Indikator yang ditinjau dalam prinsip transparansi adalah informasi dan kebijakan perusahaan.

Melalui penelitian yang dilakukan, PT Wahana Kosmetika Indonesia saat ini telah mengimplementasikan prinsip transparansi tetapi sayangnya implementasi prinsip transparansi di dalam perusahaan belum menyeluruh. Dari hasil wawancara, penyampaian informasi dalam perusahaan sudah terbuka. Informasi yang bersifat umum seperti peraturan perusahaan, tujuan perusahaan, serta sistem rewarding dan punishment sudah tersampaikan dengan baik kepada seluruh bagian perusahaan. Sayangnya, walaupun penyampaian informasi dalam perusahaan sudah terbuka, ketika disinggung mengenai masalah visi dan misi perusahaan, para karyawan yang diwawancarai, yakni Ibu Rima dan Ibu Ninik, bahkan pemilik sendiri tidak dapat dengan tepat mendeskripsikannya. Mereka hanya memahami visi dan misi perusahaan supaya dapat lebih berkembang dan dapat merambah ke pasar internasional, padahal visi dan misi perusahaan sendiri sudah tercantum di website perusahaan. Pemilik dari perusahaan, Brian Tjahyanto juga tidak dapat mendeskripsikan visi dan misi secara tepat sesuai dengan yang tertulis pada website perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan belum memahami pentingnya penyampaian visi dan misi perusahaan kepada para karyawan.

Transparansi perusahaan juga ditinjau melalui indikator kebijakan perusahaan. Dalam PT Wahana Kosmetika Indonesia, pembuatan kebijakan dilakukan oleh para pimpinan dalam sebuah meeting internal, kemudian kebijakan yang akan dibentuk dibicarakan bersama hingga mencapai suatu kesepakatan. Penyampaian kebijakan disampaikan ke semua bagian perusahaan apabila bersifat umum, tetapi untuk kebijakan tertentu misal kebijakan menyangkut penjualan yang ditujukan kepada bagian marketing, maka bagian marketing saja yang menerima, dengan kata lain, hanya divisi yang bersangkutan saja. Tidak semua kebijakan harus disampaikan ke seluruh bagian, apalagi apabila kebijakan tersebut tidak relevan dengan divisi mereka. Hal ini dilakukan agar tidak ada kebingungan yang terjadi akibat penerimaan informasi kebijakan yang tidak relevan dengan divisi yang berkaitan. Penyampaian kebijakan menurut pemilik perusahaan, biasa dilakukan secara lisan, baru kemudian dikeluarkan secara formal tertulis.

Transparansi juga telah dilakukan perusahaan kepada para konsumen. Perusahaan telah mencantumkan komposisi produk pada kemasan, sehingga konsumen dapat mengecek terlebih dahulu komposisi bahan baku yang digunakan apakah aman atau tidak.

Dari hasil yang didapatkan, PT. Wahana Kosmetika Indonesia telah menerapkan prinsip transparansi tetapi masih ada indikator yang belum dapat dilaksanakan, yakni pada indikator penyampaian visi dan misi perusahaan, para karyawan tidak dapat mendeskripsikan dengan tepat apa visi dan misi perusahaan. Sedangkan kebijakan dalam perusahaan,

telah diterapkan ada pihak yang berhak membuat kebijakan secara musyawarah, kemudian kebijakan tersebut disampaikan kepada para karyawan baik secara umum maupun tertentu

Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah kejelasan fungsi, sistem, serta struktur perusahaan. Akuntabilitas dalam perusahaan membantu perusahaan supaya dapat dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Hal ini dapat menghasilkan kinerja perusahaan secara transparan dan wajar.

Prinsip Akuntabilitas pada PT Wahana Kosmetika Indonesia ditinjau melalui indikator kejelasan struktur perusahaan, pembagian tugas dan tanggung jawab, tata tertib perusahaan, pengawasan pelaksanaan di dalam perusahaan, serta sistem reward dan punishment dalam perusahaan. Akuntabilitas sangat diperlukan supaya pengelolaan dalam perusahaan dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Tanpa akuntabilitas, dapat terjadi kerancuan pengambilan keputusan karena jabatan yang tumpang tindih maupun pembagian tanggung jawab yang tidak jelas.

Struktur perusahaan PT. Wahana Kosmetika Indonesia sesuai dengan yang tercantum pada sub bab 4.1.3, sudah memiliki kejelasan jabatan dan job description masing-masing. Sudah jelas siapa membawahi siapa, dan terdapat divisi apa saja dalam perusahaan. Sayangnya, struktur perusahaan masih belum memenuhi kriteria perseroan yang tepat sesuai dengan indikator GCG yang seharusnya memiliki unsur Rapat Umum Pemegang Saham, Dewan direksi, Dewan Komisaris. Struktur perusahaan hanya pemimpin yang sekaligus pemilik perusahaan membawahi manajer-manajer dari divisi seperti personalia, produksi, pemasaran, dan keuangan. Dalam kegiatan operasionalnya, para kepala divisi yang ada akan memberikan laporan secara berkala kepada pemilik perusahaan. Hal ini diakui oleh Brian Tjahyanto, perusahaan belum memerlukan adanya kedudukan dewan komisaris dan dewan direksi karena perusahaan belum terlalu besar, sehingga kebijakan dan operasional lebih efektif apabila pengambilan keputusan serta pengawasan ditangani langsung oleh pemilik perusahaan. Faktor lain perusahaan tidak memberlakukan struktur perusahaan sesuai dengan prinsip GCG, adalah dari sisi finansial, yaitu adanya kemungkinan pengeluaran biaya untuk posisi-posisi profesional seperti dewan komisaris dan lainnya, padahal perusahaan belum memerlukan posisi tersebut dan masih dapat ditangani walaupun adanya rangkap jabatan oleh pemilik perusahaan.

Kedua, akuntabilitas juga diukur dari kejelasan pembagian tugas serta tanggung jawab dalam perusahaan. Pada PT Wahana Kosmetika Indonesia, pembagian tugas dan tanggung jawab antar karyawan sudah jelas, sehingga tidak ada jabatan rangkap atau tumpang tindih. Pembagian tugas serta tanggung jawab, walaupun sudah jelas, tetapi tidak konsisten dilakukan oleh siapa. Pemilik mengakui, pembagian tugas dibuat oleh anggota keluarga pemilik perusahaan, tetapi salah satu narasumber, yaitu Ibu Ninik mengaku bahwa pembagian tugas dilakukan oleh kepala tiap divisi perusahaan. Hal ini berarti, bahwa sudah ada kejelasan tanggung jawab dan tugas masing-masing jabatan dan bagian, tetapi tugas dan tanggung jawab tersebut tidak konsisten dibuat oleh siapa karena pembuat

kebijakan dalam tiap divisi berbeda. Hal ini diakui oleh pemilik perusahaan, bahwa pembuatan kebijakan tidak selalu orang yang sama agar pembuatan kebijakan dalam perusahaan dapat lebih fleksibel sesuai dengan kebutuhan masing-masing divisi.

Indikator ketiga dalam prinsip akuntabilitas adalah tata tertib. Tata tertib di PT Wahana Kosmetika Indonesia, telah jelas tertulis sehingga telah diketahui oleh para karyawan, baik itu mengenai tata tertib umum seperti keterlambatan, maupun ada peraturan tertentu yang menurut Brian Tjahyanto, diharuskan oleh BPOM untuk ditempelkan di pintu kerja bagian tertentu seperti produksi. Perusahaan juga memiliki peraturan khusus bagian produksi, yakni karyawan yang terlibat dalam produksi tidak memiliki penyakit kulit, maupun penyakit menular supaya kualitas dan keamanan produk yang dihasilkan terjamin dan terjaga. Hal ini dilakukan agar sistem produksi higienis dan sehat.

Indikator keempat merupakan pengawasan pada perusahaan. Setiap divisi di dalam perusahaan, dikontrol oleh pimpinan, kemudian setiap kepala divisi melapor kepada pemimpin perusahaan atau terkadang pimpinan langsung terjun ke lapangan untuk mengontrol dan mengawasi. Evaluasi kinerja tiap divisi pun rutin dibahas pada meeting yang diadakan secara berkala. Pada meeting mingguan, Brian mengakui biasa membuat catatan kecil hal apa yang perlu dilakukan dari minggu ke minggu, dan mengecek apakah hal-hal yang dicatat untuk dilakukan sudah terlaksana atau belum. Perusahaan juga melakukan audit yang dilakukan oleh tim khusus yang telah ditunjuk dari Jakarta. Audit dilakukan oleh pihak ketiga, dengan harapan adanya laporan audit yang objektif sehingga dapat menjadi referensi yang dapat membangun perusahaan. Perusahaan, supaya dapat terus berkembang juga memiliki target dalam bidang penjualan, misal seperti *break even point* tertentu yang harus dicapai, atau ada minimal pencapaian penjualan dalam periode tertentu.

Indikator lainnya yaitu berupa sistem reward dan punishment. Menurut hasil penelitian, perusahaan memberikan tunjangan hari raya (THR) kepada para karyawan. THR biasa diberikan pada saat idul fitri. Berkaitan dengan THR, perusahaan mengaku selama ini tidak pernah mendokumentasikan pemberian THR, tetapi langsung diberikan kepada yang bersangkutan. Tidak hanya THR, perusahaan juga memiliki sistem bonus diluar komisi penjualan bagi para bagian sales. Apabila ada target penjualan tertentu yang dapat ditembus, maka selain dari komisi penjualan tersebut, mereka juga berhak mendapatkan bonus sebagai bentuk apresiasi dari perusahaan. Bonus untuk saat ini hanya berlaku pada bagian penjualan saja, bagian lain seperti produksi masih belum ada implementasi sistem bonus. Untuk sistem punishment, PT Wahana Kosmetika Indonesia juga tidak langsung memecat karyawan yang melakukan kesalahan. Mereka memilih untuk memperingati terlebih dahulu. Peringatan dikeluarkan melalui surat peringatan 1, 2, dan 3. Surat peringatan ini berlaku selama tiga bulan, apabila dalam tiga bulan apabila kesalahan tidak diulangi maka surat dianggap tidak berlaku lagi, tetapi jika dalam tiga bulan karyawan terus melakukan kesalahan dan mendapat surat peringatan hingga tiga kali, maka mau tidak mau perusahaan harus melepas karyawan tersebut.

Dalam pelaksanaan perusahaan, Brian Tjahyanto mengaku telah melaksanakan kode etik perusahaan yaitu kejujuran, keterbukaan, dan integritas. Menurut Brian, kode etik tidak menggantikan peraturan tertulis yang ada tapi lebih kepada pedoman dalam mengambil keputusan seperti apakah keputusan yang diambil sudah sesuai dengan kode etik perusahaan serta apakah dampak dari pengambilan keputusan tersebut. Keputusan yang diambil serta kegiatan perusahaan sehari-hari harus berdasarkan kode etik perusahaan, sehingga perusahaan dapat memberikan yang terbaik tidak hanya kepada masyarakat tetapi juga menjaga kualitas internal perusahaan.

Dari hasil yang didapatkan, perusahaan PT Wahana Kosmetika Indonesia telah mengimplementasikan prinsip akuntabilitas tetapi ada indikator dalam prinsip akuntabilitas yang belum dapat dilaksanakan. Seluruh organ perusahaan telah memiliki tugas serta tanggung jawab masing-masing, serta perusahaan telah memiliki tim audit khusus untuk melakukan audit serta telah terlaksananya pengawasan dalam sistem operasional perusahaan dengan dilakukannya meeting mingguan. Untuk tata tertib dalam perusahaan, perusahaan sudah memiliki tata tertib tertulis dan diketahui oleh seluruh karyawan. Perusahaan juga memiliki target dalam bidang penjualan sehingga perusahaan dapat terus maju dan berkembang, serta telah adanya sistem reward dan punishment yang sesuai. Sayangnya masih ada kekurangan dalam implementasi prinsip akuntabilitas di mana struktur perusahaan yang belum sesuai dengan struktur perseroan yang seharusnya, yaitu tidak ada rapat umum pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi.

Responsibilitas

Setiap perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab mereka tidak hanya kepada lingkungan, tetapi juga kepada para karyawan dan masyarakat. Prinsip responsibilitas disini ditinjau dari indikator pelaksanaan tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan, karyawan, dan masyarakat dalam perusahaan serta ketaatan kepada peraturan undang-undang yang berlaku.

PT Wahana Kosmetika Indonesia, adalah perusahaan yang menggunakan bahan-bahan yang natural dan ramah lingkungan. Bahan baku yang natural sangat penting sebagai elemen bahan baku produk kecantikan yang diproduksi. Pemilik perusahaan, Brian Tjahyanto menuturkan bahwa mereka menonjolkan perawatan kecantikan wanita Indonesia secara alami dan natural, sehingga penggunaan bahan-bahan natural sangat penting. Dalam proses produksinya, perusahaan menghasilkan limbah hasil produksi. Dalam melakukan pengelolaan limbah, perusahaan mengakui memang tidak melakukan proses pengolahan limbah sendiri, melainkan mereka menampung sisa limbah hasil produksi yang berupa limbah cair yang tidak mengandung bahan kimia dengan cara pengadaan *septictank*, dan dari *septictank* tersebut disalurkan ke saluran pembuangan.

Tidak hanya kepada lingkungan, perusahaan juga memberikan tanggung jawab kepada karyawan, yaitu untuk menunjang kesejahteraan karyawan mereka memberikan asuransi dari Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kepada karyawan. Para karyawan juga menerima upah sesuai

dengan undang-undang yang berlaku. Dengan pemberian upah yang sesuai dengan perundangan, diharapkan dapat mencukupi kebutuhan ekonomi para pegawai di dalam perusahaan. Menurut Bapak Brian Tjahyanto, para karyawan juga diberi kelonggaran-kelonggaran agar dapat merasa lebih nyaman saat bekerja. Kelonggaran bisa berupa berbagai macam hal, salah satunya seperti adanya jam istirahat bagi karyawan.

PT Wahana Kosmetika Indonesia juga memberikan tanggung jawab ke-pa-da masyarakat, yaitu dengan memberikan produk yang berkualitas tinggi tetapi terjangkau, sehingga masyarakat dapat mendapatkan manfaat dari produk yang di-produksi oleh PT Wahana Kosmetika Indonesia. Produk-produk yang diproduksi sering di tes di laboratorium untuk diuji mengenai keamanannya. Setiap hari raya lebaran atau idul fitri, perusahaan biasanya memberikan sembako serta tunjangan hari raya kepada satpam dan pemilik warung di sekitar pabrik.

Ditinjau dari segi ketaatan kepada undang-undang, perusahaan telah mengetahui dan melaksanakan undang-undang perlindungan konsumen, sehingga diharapkan konsumen dapat menggunakan produk-produk yang diproduksi secara aman dan meningkatkan citra perusahaan. Dalam pembuatan produk-produknya, PT Wahana Kosmetika Indonesia mengakui telah menggunakan standar Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB), termasuk dalam prosedur pembuatan, ba-han baku yang digunakan, standar kebersihan dan pengemasan produk, me-ngatur tata letak produksi, dan cara berpakaian yang benar dalam proses produksi. Dalam pelaksanaannya, menurut pengakuan Ibu Ninik, supaya tetap memenuhi standar yang berlaku, BPOM melakukan tinjauan secara berkala kepada pabrik. Menurut Brian Tjahyanto, hal-hal yang telah disebutkan diatas juga merupakan syarat-syarat dalam memperoleh sertifikasi BPOM, sehingga apabila perusahaan telah memperoleh sertifikasi BPOM, maka produk yang dihasilkan pasti memenuhi standar yang berlaku. Perusahaan juga telah menaati peraturan dan undang-undang yang berlaku seperti memiliki izin produksi yang legal, mendaftarkan produk-produk yang diproduksi kepada BPOM, serta membayar pajak kepada negara. Tidak hanya itu, perusahaan juga memastikan menggunakan bahan baku yang aman sesuai dengan perundangan yang berlaku seperti tidak menggunakan bahan-bahan berbahaya seperti paraben untuk mengawetkan produk yang diproduksi, sehingga produk yang diproduksi dapat memberikan manfaat yang positif kepada konsumen yang menggunakan.

Manajer produksi Ibu Ninik mengakui sangat penting untuk me-nghasilkan produk yang aman bagi masyarakat, karena apalagi produk yang mereka hasilkan memiliki tujuan untuk meningkatkan kesehatan serta kecantikan dari penggunaanya, sehingga mereka harus benar-benar mem-perhatikan kualitas dan komposisi dari tiap produk apakah sudah sesuai de-ngan tujuan dan manfaat yang diinginkan perusahaan untuk diberikan kepada para kon-sumen. Apabila terdapat sedikit saja bahan yang berbahaya dalam produk, maka kesehatan konsumen dapat terancam dan perusahaan tidak menginginkan hal itu terjadi.

Dari hasil analisa perusahaan telah menerapkan prinsip responsibilitas. Ditinjau dari sisi tanggung jawab perusahaan

yang telah dipenuhi kepada lingkungan, perusahaan menggunakan bahan-bahan natural yang aman bagi lingkungan, dan telah menampung limbah hasil produksi. Dari sisi tanggung jawab kepada karyawan, perusahaan telah mendaftarkan karyawan kepada BPJS dan memberikan upah sesuai dengan UMR yang berlaku. Terakhir, kepada masyarakat, perusahaan telah memberikan kontribusi dengan komitmen kualitas produk yang aman dan bermanfaat bagi konsumen, serta telah mendaftarkan produknya kepada BPOM.

Independensi

Independensi dalam prinsip GCG adalah suatu kondisi di mana masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat di intervensi oleh pihak lain. Hal ini berarti, dalam pengambilan keputusan di dalam perusahaan, perusahaan tidak dipengaruhi oleh kepentingan tertentu, serta bebas dari benturan kepentingan dan dari segala pengaruh atau tekanan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif.

Dalam meninjau prinsip independensi, terdapat beberapa indikator yang digunakan yaitu bagian internal dan eksternal perusahaan. Pengaruh internal mengacu kepada pengaruh karyawan serta pengaruh keluarga pemilik perusahaan, sedangkan pengaruh eksternal mengacu kepada pihak-pihak diluar perusahaan. Pihak diluar perusahaan yang dimaksud adalah anggota keluarga yang tidak ter-libat dengan manajemen perusahaan, hal ini dikarenakan semua anggota keluarga memang sudah langsung terlibat dengan manajemen perusahaan langsung.

Dalam internal perusahaan, PT Wahana Kosmetika Indonesia berusaha menjadi perusahaan yang mandiri tanpa intervensi dari pihak luar perusahaan. Semua pengambilan keputusan dilakukan dari dalam perusahaan, sehingga pengambilan keputusan diambil orang-orang yang mengerti kondisi perusahaan dengan baik. Pengambilan keputusan dalam perusahaan juga melibatkan keluarga pemilik perusahaan yang merupakan anggota keluarga pendiri perusahaan, walaupun tidak semuanya. Beberapa hal dapat diputuskan secara independen oleh divisi masing-masing, tetapi keputusan penting misal seperti penandatanganan izin maupun sertifikasi dilakukan oleh pemilik langsung. Pemilik juga memimpin ja-lannya meeting mingguan. Kinerja tiap divisi pun telah sangat baik satu dan lainnya, dan adanya kesinambungan antar satu divisi dan lainnya, mi-salkan divisi produksi harus memiliki koordinasi dengan bagian pengemasan se-hingga tercipta suatu alur produksi yang efisien dan efektif.

Ditinjau dari sisi eksternal, perusahaan PT Wahana Kosmetika Indonesia meng-gunakan jasa konsultan dari BPOM untuk mengatur tata letak produksi, di-mana pengaturan letak dari ruang produksi maupun pabrik secara keseluruhan harus sesuai dengan standar yang ada. Walaupun begitu, pengambilan keputusan perusahaan tidak ada intervensi dari pihak luar perusahaan. Perusahaan menggunakan jasa tim audit dari luar perusahaan, sehingga diharapkan hasil audit netral karena berasal dari pihak luar.

Dapat disimpulkan bahwa PT Wahana Kosmetika Indonesia sudah independen tanpa ada intervensi dan dapat berjalan secara professional. Pengambilan keputusan didalam

perusahaan dapat dilakukan tanpa ada paksaan maupun tekanan dari pihak luar.

Kesetaraan dan Kewajaran

Prinsip kesetaraan menggambarkan kesamaan dan kewajaran. Hal ini meliputi para stakeholder seperti karyawan dan masyarakat agar dapat menerima hak dan kewajiban mereka secara adil. Indikator yang digunakan adalah hak dan kewajiban karyawan serta hak dan kewajiban konsumen.

Para karyawan di dalam perusahaan, sebelum bekerja, harus mengikuti serangkaian tes tertulis, setelah itu mereka akan diwawancarai, kemudian apabila dirasa cocok diberlakukan masa percobaan. Kriteria penerimaan karyawan yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, selain itu calon karyawan juga harus memiliki skill yang dibutuhkan, dengan syarat pendidikan minimal SMA, jujur, sopan, rapi serta memiliki keinginan untuk bekerja dengan giat. Pemilik perusahaan, Brian, mengakui bahwa yang terpenting dalam menerima karyawan adalah sifat dari karyawan tersebut, asal karyawan tersebut sopan, jujur, mau belajar dan bekerja dengan giat, maka perusahaan akan sangat menghargai. Perusahaan tidak menggunakan unsur ras, gender, serta agama dalam penerimaan karyawan, ditunjukkan dari karyawan-karyawan yang sekarang bekerja di PT Wahana Kosmetika Indonesia.

PT Wahana Kosmetika Indonesia tidak membedakan-bedakan karyawan dengan memberlakukan mereka secara setara, tidak ada perbedaan. Mereka juga diberikan kesempatan untuk memberikan masukan yang membangun bagi perusahaan, biasanya penyampaian masukan disampaikan ke kepala divisi masing-masing kemudian diteruskan kepada pemimpin perusahaan. Para karyawan yang bekerja di PT Wahana Kosmetika Indonesia memiliki jenjang karir yakni adanya potensi untuk naik jabatan apabila mereka berprestasi, walaupun begitu tidak ada ukuran pasti berapa lama jangka waktu yang dibutuhkan.

Ditinjau dari sisi hak konsumen, PT Wahana Kosmetika Indonesia memberikan masyarakat hak untuk menyuarakan opini mereka. Menurut Bapak Brian, selaku pemilik kritik dan saran dari masyarakat adalah support yang membangun. Banyak perubahan-perubahan perusahaan sehingga perusahaan dapat berhasil hingga sekarang yang tidak lepas dari saran para konsumen. Bapak Brian juga mengatakan bahwa apabila konsumen memberikan saran itu berarti konsumen tersebut peduli dan ingin menggunakan produk yang diproduksi PT Wahana Kosmetika Indonesia sesuai dengan kebutuhan dan kemauan mereka. Dengan alasan ini juga, mengapa PT Wahana Kosmetika Indonesia menyediakan layanan konsumen. Perusahaan menyediakan beberapa media bagi para konsumen supaya dapat dengan mudah menghubungi seperti website, telepon, bahkan konsumen dapat mengkontak melalui blackberry messenger dan line messenger.

Dari penjabaran diatas dapat dilihat bahwa PT Wahana Kosmetika Indonesia telah menerapkan prinsip kesetaraan dan kewajaran, terlihat dari indikator semua hak dan kewajiban stakeholder telah terpenuhi sehingga tercapai kesinambungan antar hubungan dengan para *stakeholder*. Perusahaan melakukan penerimaan karyawan dengan setara tanpa adanya unsur yang menyangkut ras, agama, dan gender, serta

memberikan kesempatan jenjang karir kepada karyawan. Perusahaan memberikan kesempatan bagi para karyawan maupun masyarakat untuk dapat menyampaikan opini kepada perusahaan, bahkan perusahaan menyediakan layanan konsumen yang mudah diakses melalui media seperti instant messenger, website, serta telepon.

IV. KESIMPULAN/SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada PT Wahana Kosmetika Indonesia, dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

Prinsip transparansi

PT Wahana Kosmetika Indonesia telah menerapkan prinsip transparansi namun penyampaian visi dan misi perusahaan belum terlaksana, di mana pemilik serta para karyawan tidak dapat mendeskripsikan dengan tepat apa visi dan misi perusahaan. Kebijakan dalam perusahaan, telah diterapkan dilihat dari adanya pihak yang berhak membuat kebijakan secara musyawarah, kemudian disampaikan kepada para karyawan baik secara umum maupun tertentu.

Prinsip akuntabilitas

PT Wahana Kosmetika Indonesia telah menerapkan prinsip akuntabilitas. Seluruh organ perusahaan telah memiliki tugas serta tanggung jawab masing-masing, serta adanya pengawasan pada jalannya kinerja perusahaan, serta perusahaan telah memiliki tim audit khusus untuk melakukan audit serta telah terlaksananya pengawasan dalam sistem operasional perusahaan dengan dilakukannya meeting mingguan. Untuk tata tertib dalam perusahaan, perusahaan sudah memiliki tata tertib tertulis dan diketahui oleh seluruh karyawan. Perusahaan juga memiliki target dalam bidang penjualan sehingga perusahaan dapat terus maju dan berkembang, serta telah adanya sistem reward dan punishment yang sesuai. Implementasi prinsip akuntabilitas sayangnya masih memiliki struktur perusahaan yang belum sesuai dengan struktur perseroan yang seharusnya. Perusahaan tidak memiliki unsur rapat umum pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi.

Prinsip responsibilitas

PT. Wahana Kosmetika Indonesia telah menerapkan prinsip responsibilitas. Ditinjau dari sisi tanggung jawab perusahaan yang telah dipenuhi kepada lingkungan, perusahaan menggunakan bahan-bahan natural yang aman bagi lingkungan, dan telah menampung limbah hasil produksi. Dari sisi tanggung jawab kepada karyawan, perusahaan telah mendaftarkan karyawan kepada BPJS dan memberikan upah sesuai dengan UMR yang berlaku. Terakhir, kepada masyarakat, perusahaan telah memberikan kontribusi dengan komitmen kualitas produk yang aman dan bermanfaat bagi konsumen, serta telah mendaftarkan produknya kepada BPOM.

Prinsip independensi

PT Wahana Kosmetika Indonesia sudah independen tanpa ada intervensi dan dapat berjalan secara professional.

Pengambilan keputusan didalam perusahaan dapat dilakukan tanpa ada paksaan maupun tekanan dari pihak luar.

Prinsip kesetaraan dan kewajaran

PT Wahana Kosmetika Indonesia telah menerapkan prinsip kesetaraan dan kewajaran, yaitu semua hak dan kewajiban stakeholder telah terpenuhi se-hingga tercapai kesinambungan antar hubungan dengan para stakeholder. Perusahaan melakukan penerimaan karyawan dengan setara tan-pa adanya unsur yang menyangkut ras, agama, dan gender, serta memberikan kesempatan jenjang karir kepada karyawan. Perusahaan memberikan kesempatan bagi para karyawan maupun masyarakat untuk dapat menyampaikan opini kepada perusahaan, bahkan perusahaan menyediakan layanan konsumen yang mudah diakses melalui media *seperti instant messenger, website*, serta telepon.

Saran

Setelah melakukan penelitian dan analisis, maka penulis memberikan beberapa saran pada PT Wahana Kosmetika Indonesia, yaitu:

1. Terkait dengan prinsip transparansi, perusahaan sebaiknya melakukan penyampaian visi dan misi kepada seluruh bagian perusahaan. Penyampaian visi misi dilakukan secara jelas sehingga para karyawan memiliki tujuan yang sesuai de-ngan perusahaan. Seharusnya perusahaan juga memasang papan visi dan mi-si yang belum ada sekarang di tempat yang terlihat, sehingga penyampaian visi dan misi menjadi lebih efektif di masa depan.

2. Terkait dengan prinsip akuntabilitas, sebaiknya perusahaan mulai memperhatikan struktur perusahaan dan mengikuti pan-duan GCG mengenai struktur perusahaan yang benar sesuai dengan undang-undang Pendirian PT dengan terdapat RUPS, Dewan Direksi, serta Dewan Komisaris, sehingga tidak ada rangkap jabatan di masa depan dan

diharapkan dapat meningkatkan performa perusahaan dan dapat meningkatkan akuntabilitas dalam perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2013), Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- BR Online (2015). Penerapan GCG di Indonesia Masih Rendah. Retrieved December 10, 2015 from <http://br-on-line.co/penerapan-gcg-di-indonesia-masih-rendah/>
- Chung, et al. (2010). Corporate Governance and Liquidity, *Journal of Financial & Quantitative Analysis* 45 (2), 265-291. Retrieved September 18, 2015 from JSTOR.
- Cooper (2008). *Business Research Methods*. Singapore: McGraw Hill.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2015). *Indonesia Lahan Subur Kos-metik*. Retrieved November 28, 2015 from <http://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>
- Leksono, S. (2013). *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Solomon, J. (2010). *Corporate governance and accountability*. Great Britain: John Wiley & Sons. Ltd
- SumutPos (2011). BPOM Temukan Kosmetik Bermerkuri. Retrieved November 27, 2015 from <http://sumutpos.co/bpom-temukan-bahan-kosmetik-bermerkuri/>
- Widayanti, R. (2013). Consumer goods: tumbuh tinggi pasar kian ketat. Retrieved November 28, 2015 from <http://ekbis.sindonews.com/read/728334/39/consumer-goods-tumbuh-tinggi-per-saingan-kian-ketat-1363575409>