

Modul Integritas Bisnis

MANAGING GIFT

DIREKTORAT PENDIDIKAN DAN PELAYANAN MASYARAKAT
KEDEPUTIAN BIDANG PENCEGAHAN
KOMISI PEMBERANTASAN KORUPSI

JAKARTA, 2016



KOMISI PEMBERANTASAN KORUPSI

MANAGING GIFT

**DIREKTORAT PENDIDIKAN DAN PELAYANAN MASYARAKAT
KEDEPUTIAN BIDANG PENCEGAHAN**

JAKARTA, 2016

MODUL INTEGRITAS BISNIS

PENGARAH

**Pimpinan Komisi Pemberantasan Korupsi
Deputi Bidang Pencegahan**

PENANGGUNG JAWAB

**Direktur Pendidikan dan Pelayanan Masyarakat
Sujanarko**

SUPERVISI

**Pauline Arifin
Roro Wide Sulistyowati**

PENULIS

**Nur Muhammad Rivai, S.Sos, MM
Drs. Redha Hasbi, MM**

PELAKSANA

PT. PPA Consultants

Diterbitkan oleh:

**Direktorat Pendidikan dan Pelayanan Masyarakat
Gedung Dwiwarna KPK
Jl. Kuningan Persada Kav. 4, Jakarta Selatan 12920**

Cetakan 1: Jakarta, 2016

Buku ini boleh dikutip dengan menyebutkan sumbernya, diperbanyak untuk tujuan pendidikan dan non-komersial lainnya dan tidak untuk diperjualbelikan.

KATA PENGANTAR

Korupsi yang masih marak terjadi di Indonesia, selain melibatkan mereka yang bertugas di instansi pemerintahan, ternyata juga melibatkan pengusaha atau orang-orang yang bergerak di bisnis swasta. Kedeputan Bidang Pencegahan Komisi Pemberantasan Korupsi menjadikan sektor swasta sebagai salah satu fokus area kerja.

Direktorat Pendidikan dan Pelayanan Masyarakat berperan untuk mendorong: (1) terbangunnya agen perubahan di sektor swasta, (2) terbentuk dan terimplementasinya kebijakan serta regulasi yang dapat memperkuat upaya pemberantasan korupsi di sektor swasta, (3) terwujudnya aksi kolaborasi (*collaborative actions*) pemberantasan korupsi di sektor swasta.

Dalam mendukung upaya tersebut, Direktorat Pendidikan dan Pelayanan Masyarakat menyiapkan modul-modul pembelajaran integritas bisnis (*business integrity*) yang akan diajarkan dan disebarluaskan untuk pihak swasta. Dengan adanya modul ini, diharapkan pemahaman dan kesadaran pihak swasta terkait dengan korupsi serta gerakan antikorupsi dan membangun bisnis berintegritas bisa berjalan lebih efektif, seiring dengan mendorong penurunan korupsi di Indonesia secara umum dan lingkungan swasta pada khususnya.

Modul ***Managing Gift*** ini dibuat dengan tujuan agar peserta mampu memahami dengan baik dan benar serta menerapkan *managing gift* yang dapat meminimalisir konflik kepentingan serta resiko terjadinya korupsi pada korporasi.

Atas nama Komisi Pemberantasan Korupsi, kami mengucapkan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah bekerja keras menyiapkan modul ini. Semoga modul ini bermanfaat bagi pembelajaran antikorupsi guna meningkatkan integritas bisnis di kalangan swasta (*business integrity*).

Jakarta, Desember 2016

Direktur Pendidikan dan Pelayanan Masyarakat

Sujanarko

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR INFORMASI VISUAL	v
PETUNJUK PENGGUNAAN MODUL.....	vi
RANCANG BANGUN PEMBELAJARAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. DESKRIPSI UMUM	2
C. TUJUAN PEMBELAJARAN.....	3
D. MATERI POKOK DAN SUBMATERI POKOK.....	3
BAB II KONSEP <i>MANAGING GIFT</i>.....	5
A. DEFINISI <i>MANAGING GIFT</i>	5
B. HUBUNGAN PEMBERI DAN PENERIMA <i>GIFT</i>	7
C. KATEGORI <i>GIFT</i>	8
D. JENIS <i>GIFT</i>	10
E. LATIHAN	11
F. RANGKUMAN	11
G. EVALUASI MATERI.....	12
H. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	12
BAB III PRINSIP, URGENSI PERLUNYA DAN MANFAAT <i>MANAGING GIFT</i>	13
A. PRINSIP <i>MANAGING GIFT</i>	13
B. URGENSI PERLUNYA <i>MANAGING GIFT</i>	14
C. MANFAAT <i>MANAGING GIFT</i>	24
D. LATIHAN.....	25
E. RANGKUMAN	25
F. EVALUASI MATERI	26
G. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	26
BAB IV PRAKTIK-PRAKTIK TERBAIK <i>MANAGING GIFT</i>	27
A. CONTOH-CONTOH <i>MANAGING GIFT</i> DI KORPORASI	28
B. LATIHAN	36
C. RANGKUMAN	37
D. EVALUASI MATERI.....	38

E. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	38
BAB V PENUTUP	39
A. EVALUASI KEGIATAN BELAJAR	39
B. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43
DAFTAR ISTILAH	45

DAFTAR INFORMASI VISUAL

Halaman

A. DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Perbedaan antara <i>Gift</i> Dianggap Suap dan Tidak Dianggap Suap	23
------------	--	----

B. DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kategori <i>Gift</i>	9
Gambar 3.1.	Contoh Alur Proses Pemberian Hadiah/ <i>Gift</i>	19
Gambar 4.1.	<i>Tool P.R.O.V.E. I.T</i> untuk <i>Managing Gift</i>	28
Gambar 4.2.	<i>Test G.I.F.T.</i>	37

C. DAFTAR CONTOH

Contoh 3.1.	Gambar-gambar Penanganan Pemberian Hadiah (<i>Managing Gift</i>)	20
Contoh 3.2.	Formulir <i>Gift</i>	21
Contoh 3.3.	Formulir Surat Pernyataan Terhadap Kode Etik	22
Contoh 4.1.	<i>Managing Gift</i> BNI Syariah	33
Contoh 4.2.	<i>Managing Gift</i> Bank Indonesia	34
Contoh 4.3.	<i>Managing Gift</i> ASKRINDO	35

PETUNJUK PENGGUNAAN MODUL

Agar proses pembelajaran berlangsung dengan lancar dan tujuan pembelajaran tercapai dengan baik, dianjurkan untuk melaksanakan beberapa hal sebagai berikut:

1. Gunakan rancang bangun pembelajaran untuk menuntun proses pembelajaran modul ini.
2. Bacalah secara cermat semua materi yang disajikan dalam modul ini dan pahami dengan baik tujuan pembelajaran yang telah ditentukan.
3. Dalami secara intensif materi pokok dan submateri pokok pada setiap bab dengan memperhatikan indikator keberhasilan yang telah dinyatakan di setiap awal bab.
4. Dalam membaca dan mendalami materi pokok dan submateri pokok pada setiap bab, apabila terdapat hal-hal yang kurang jelas, dapat dilakukan tanya jawab dengan pengajar/fasilitator dalam kegiatan pembelajaran di kelas.
5. Cobalah untuk mengerjakan latihan yang terdapat pada setiap akhir bab dalam modul ini.
6. Bentuklah kelompok diskusi untuk membahas materi tertentu, bermain *game* atau *role playing*, melakukan simulasi dan/atau studi kasus yang diberikan untuk memperdalam pengetahuan, pemahaman dan penerapan materi.
7. Untuk memperluas wawasan, disarankan untuk mempelajari bahan-bahan dari sumber lain seperti yang tertera pada daftar pustaka di akhir modul ini.
8. Kaitkan materi yang diperoleh dengan kondisi lingkungan kerja dan coba rencanakan implementasinya bila diperlukan.

RANCANG BANGUN PEMBELAJARAN

1.	Nama Diklat	: Integritas Bisnis (<i>Business Integrity</i>).
2.	Mata Diklat	: <i>Managing Gift</i> .
3.	Pengajar	: Pengajar yang mempunyai kualifikasi: a. Berpengalaman dan paham tentang kajian dan permasalahan korupsi b. Pengalaman dalam pengembangan integritas bisnis.
4.	Peserta	: a. Pelaku bisnis: BUMN dan swasta (5 sektor bisnis prioritas, yaitu: kesehatan, infrastruktur, pangan, migas, dan kehutanan). b. Total peserta maksimal 20 orang.
5.	Prasyarat	: Materi dalam Mata Diklat ini disampaikan setelah Peserta mengikuti Mata Diklat: (1) Dasar Hukum Tentang Korupsi Terkait Sektor Bisnis. (2) Praktik Korupsi Dilihat Dari Sisi Kelembagaan. (3) Dampak Sosial Korupsi. (4) Cara Mencegah Korupsi Pada Korporasi: Strategi Dan Praktik. (5) Insentif Dan Sanksi Pada Korporasi. (6) Elemen Program Antikorupsi Bagi Korporasi. (7) Pengelolaan Konflik Kepentingan.
6.	Alokasi Waktu	: 4 Jam Pelajaran @45 menit = 180 Menit.
7.	Tempat	: Ruang kelas ditata dalam bentuk setengah lingkaran.
8.	Deskripsi Umum	: Mata Diklat ini mencakup konsep dan prinsip-prinsip mengenai pengelolaan pemberian (<i>gift</i>) dan mengapa hal tersebut perlu dikelola. Mata Diklat ini juga menyajikan praktik-praktik terbaik perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan <i>managing gift</i> yang dapat meminimalisir konflik kepentingan serta resiko terjadinya korupsi pada perusahaan.
9.	<i>Outcome</i>	: Terbentuknya korporasi berintegritas (antikorupsi, tidak memberi suap/gratifikasi, transparan, dan akuntabel).
10.	Tujuan Pembelajaran	
	a. Kompetensi Dasar	: Peserta mampu menerapkan <i>managing gift</i> yang dapat meminimalisir resiko terjadinya korupsi pada korporasi.
	b. Indikator Keberhasilan	: 1. Mampu menguraikan konsep <i>managing gift</i> dalam perusahaan. 2. Mampu menjelaskan prinsip, urgensi perlunya dan manfaat <i>managing gift</i> dalam perusahaan. 3. Mampu menerapkan praktik-praktik terbaik <i>managing gift</i> dalam perusahaan.

NO	INDIKATOR KEBERHASILAN	MATERI POKOK	SUBMATERI POKOK	METODE	ALAT BANTU/ MEDIA	ALOKASI WAKTU	KRITERIA PENILAIAN (INDIKATOR)	BOBOT NILAI (%)	REFERENSI
1.	Mampu menguraikan konsep <i>managing gift</i> dalam perusahaan	Konsep <i>Managing Gift</i>	1. Definisi <i>Managing Gift</i> 2. Hubungan Pemberi dan Penerima <i>Gift</i> 3. Kategori <i>Gift</i> 4. Jenis <i>Gift</i>	1. Ceramah interaktif 2. Tanya jawab 3. Kuis <i>managing gift</i>	1. LCD Projector 2. Laptop 3. Bahan tayang materi 4. Modul 5. Buku referensi 6. <i>Whiteboard</i> + spidol 7. <i>Flipchart</i>	1 Jam Pelajaran (45 menit)	Kemampuan Analisis	30	Sesuai Daftar Pustaka pada Modul <i>Managing Gift</i>
2.	Mampu menjelaskan prinsip, urgensi perlunya dan manfaat <i>managing gift</i> dalam perusahaan.	Prinsip, Urgensi Perlunya dan Manfaat <i>Managing Gift</i>	1. Prinsip <i>Managing Gift</i> 2. Urgensi Perlunya <i>Managing Gift</i> 3. Manfaat <i>Managing Gift</i>	1. Ceramah interaktif 2. Tanya jawab	1. LCD Projector 2. Laptop 3. Bahan tayang materi 4. Modul 5. Buku referensi 6. <i>Whiteboard</i> + spidol 7. <i>Flipchart</i>	1 Jam Pelajaran (45 menit)	Kemampuan Pemahaman	35	Sesuai Daftar Pustaka pada Modul <i>Managing Gift</i>
3.	Mampu menerapkan praktik-praktik terbaik <i>managing gift</i> dalam perusahaan.	Praktik-praktik Terbaik <i>Managing Gift</i>	1. Contoh-contoh <i>Managing Gift</i> di Korporasi	1. Ceramah interaktif 2. Tanya jawab 3. Simulasi melalui <i>role play</i> 4. <i>Game</i>	1. LCD Projector 2. Laptop 3. Bahan tayang materi 4. Modul 5. Buku referensi 6. <i>Whiteboard</i> + spidol 7. <i>Flipchart</i> 8. Tayangan <i>game</i> 9. Hadiah	2 Jam Pelajaran (90 menit)	Kemampuan Aplikasi	35	Sesuai Daftar Pustaka pada Modul <i>Managing Gift</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Salah satu program dan agenda reformasi dalam proses pembangunan adalah melakukan pemberantasan korupsi. Hal ini disebutkan juga dalam Nawacita pemerintahan Presiden Joko Widodo untuk menciptakan tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif, demokratis, dan terpercaya. Revolusi mental yang dicanangkan adalah sebagai salah satu program mengubah mental seluruh komponen bangsa ke arah yang lebih baik.

Komisi Pemberantasan Korupsi dibentuk dengan tujuan meningkatkan daya guna dan hasil guna terhadap upaya pemberantasan tindak pidana korupsi. Pada awalnya upaya ini lebih ditekankan pada Penyelenggara Negara sebagai pelaksana pembangunan namun dalam perkembangannya dirasakan perlu untuk memperluas penegakan hukum dan pemberantasan korupsi tidak hanya bagi Penyelenggara Negara tetapi harus didukung oleh semua elemen bangsa dan pelaku bisnis di sektor korporasi dan swasta.

Praktek bisnis di sektor swasta seringkali dihadapkan pada birokrasi yang timbul di masing-masing penyelenggara bisnis. Praktek tersebut dapat terjadi apakah di penyedia barang/jasa atau di sisi pembeli barang/jasa.

Korporasi didirikan untuk melakukan bisnis dengan aturan dan tata kelola yang baik dan sejalan dengan nilai-nilai dan budaya yang dimiliki oleh korporasi dengan mengedepankan integritas dalam setiap praktek bisnisnya yang harus dimiliki oleh semua karyawan.

Korporasi berkomitmen untuk melindungi karyawan, pemasok, mitra bisnis dari tindakan ilegal yang merusak baik diketahui maupun tidak diketahui. Korporasi tidak akan mentolerir kesalahan yang dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja yang berkenaan dengan kode etik bisnis.

Korporasi diharapkan selalu berkomitmen untuk mengelola “*managing gift*” dan pemberian secara transparan untuk menjamin tata kelola yang baik sesuai prinsip-prinsip pencegahan korupsi.

Managing gift merupakan bagian dari strategi manajemen risiko yang efektif dan untuk mempertahankan reputasi dan integritas korporasi dan karyawannya. Tujuan dari pembelajaran modul ini adalah untuk mengatur perilaku profesional, standar dan etika yang diharapkan dari semua karyawan.

Untuk mengantisipasi terjadinya praktek korupsi pada sektor swasta dan korporasi dengan segala bentuknya maka perlu diberikan pandangan mengenai cara-cara pemberian/menerima hadiah yang dapat dikategorikan sebagai *gift* dan dalam hal ini bagaimana melakukan pengelolaan hadiah (*managing gift*).

Pemahaman terhadap pengertian *managing gift* dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas bagi pelaku bisnis di sektor swasta baik terhadap mitra usaha maupun terhadap semua *stakeholder* yang terlibat. Modul ini dapat memberikan pemahaman bagi para pelaku bisnis baik di tingkat pelaksana, staf maupun pimpinan untuk selalu waspada dan bertindak positif terhadap kegiatan-kegiatan yang berpotensi menimbulkan praktek penyimpangan dalam bisnis.

B. DESKRIPSI UMUM

Modul ***Managing Gift*** membekali peserta tentang konsep dan prinsip-prinsip mengenai pengelolaan pemberian (*gift*) dan mengapa hal tersebut perlu dikelola. Modul ini juga menyajikan praktik-praktik terbaik perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan *managing gift* yang dapat meminimalisir konflik kepentingan serta resiko terjadinya korupsi pada perusahaan.

Dalam pembelajaran ini, peserta lebih ditekankan dalam pembahasan *managing gift* yang diterima oleh internal korporasi dan pihak internal kepada eksternal serta kepada penyelenggara Negara. Peserta tentunya sudah memahami konsep-konsep mengenai korupsi dan pendekatan lainnya yang berkaitan dengan korupsi yang diulas pada modul lainnya. Pada bagian ini, peserta akan diajak lebih banyak lagi memahami mengenai contoh-contoh aktual yang terjadi di korporasi. Peserta akan banyak mendapatkan masukan dari proses tanya jawab dan tukar pikiran agar lebih mudah dipahami dan diterapkan sebagai langkah antisipasi di perusahaan.

C. TUJUAN PEMBELAJARAN**1. Kompetensi Dasar**

Setelah mengikuti pembelajaran ini, peserta mampu menerapkan *managing gift* yang dapat meminimalisir resiko terjadinya korupsi pada korporasi.

2. Indikator Keberhasilan

Setelah mengikuti kegiatan pembelajaran ini, peserta:

- Mampu menguraikan konsep *managing gift* dalam perusahaan.
- Mampu menjelaskan prinsip, urgensi perlunya dan manfaat *managing gift* dalam perusahaan.
- Mampu menerapkan praktik-praktik terbaik *managing gift* dalam perusahaan.

D. MATERI POKOK DAN SUBMATERI POKOK

Dengan mengacu pada tujuan pembelajaran di atas, materi pokok dan submateri pokok dalam Modul *Managing Gift* ini adalah:

1.	Konsep <i>Managing Gift</i> : <ol style="list-style-type: none">Definisi <i>Managing Gift</i>.Hubungan Pemberi dan Penerima <i>Gift</i>.Kategori <i>Gift</i>.Jenis <i>Gift</i>.
2.	Prinsip, Urgensi Perlunya dan Manfaat <i>Managing Gift</i> : <ol style="list-style-type: none">Prinsip <i>Managing Gift</i>.Urgensi Perlunya <i>Managing Gift</i>.Manfaat <i>Managing Gift</i>.
3.	Praktik-praktik Terbaik <i>Managing Gift</i> : <ol style="list-style-type: none">Contoh-contoh <i>Managing Gift</i> di Korporasi.

Dalam mempelajari materi pokok dan submateri pokok tersebut dapat diajukan pertanyaan-pertanyaan kunci (*key questions*) sebagai berikut:

- ✧ Apakah itu *gift*? *Gift* seperti apa yang dianggap suap dan bukan suap?
- ✧ Apa itu *managing gift*? Mengapa *managing gift* urgen bagi korporasi/perusahaan?
- ✧ Bagaimana membangun dan menerapkannya di dalam korporasi/perusahaan?

BAB II

KONSEP *MANAGING GIFT*



Indikator Keberhasilan:

Setelah mengikuti kegiatan pembelajaran ini, peserta mampu menguraikan konsep managing gift dalam perusahaan.

A. DEFINISI *MANAGING GIFT*

Untuk memahami dan menguraikan lebih lanjut tentang konsep *managing gift* ada baiknya dimulai dengan memahami definisi tentang *gift*. Pada modul pembelajaran ini, pengertian *gift* lebih ditekankan untuk sektor swasta/korporasi, sedangkan aturan hukum dan referensi yang digunakan dalam definisi ini tidak jauh berbeda dengan pengertian gratifikasi yang biasanya digunakan dalam terminologi untuk Penyelenggara Negara.

Dalam buku saku “Memahami Gratifikasi” (KPK, 2014) dijelaskan bahwa berdasarkan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 *juncto* Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2001 pasal 12B (1):

Yang dimaksud dengan “gratifikasi” dalam ayat ini adalah “pemberian dalam arti luas, yakni meliputi pemberian uang, barang, rabat (*discount*), komisi, pinjaman tanpa bunga, tiket perjalanan, fasilitas penginapan, perjalanan wisata, pengobatan cuma-cuma, dan fasilitas lainnya. Gratifikasi tersebut baik yang diterima di dalam negeri maupun di luar negeri dan yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik atau tanpa sarana elektronik”.

Dengan penjelasan gratifikasi tersebut maka dapat didefinisikan *gift* sebagai hadiah, yang diberikan oleh anggota masyarakat, pelanggan, klien, pemohon, pemasok, calon pemasok atau organisasi eksternal, yang memiliki nilai intrinsik (berwujud maupun tidak berwujud) kepada penerima, kerabat, teman atau rekan yang berada dalam suatu korporasi dan terikat dalam aturan hukum.

Managing gift merupakan tindakan yang secara sadar dilakukan untuk melakukan pengendalian pemberian atau hadiah dalam arti yang luas, yaitu pemberian biaya tambahan, barang, uang, rabat (diskon), komisi, pinjaman tanpa bunga, fasilitas penginapan, tiket perjalanan, pengobatan cuma-cuma, serta fasilitas lainnya.

Di sektor swasta dan korporasi *managing gift* merupakan pemberian yang dilakukan oleh pihak-pihak yang sedang melakukan hubungan bisnis yang tentunya akan mempengaruhi keputusan atau untuk memberikan bantuan yang memajukan kepentingan si pemberi, baik sekarang maupun di masa yang akan datang.

Pemberian hadiah atau manfaat dapat diberikan langsung kepada pihak-pihak yang ada dalam organisasi korporasi namun pada prakteknya juga dapat diberikan melalui pihak ketiga maupun kerabat dari karyawan suatu korporasi sebagai upaya untuk mendapatkan manfaat dalam kepentingan bisnis. Bahkan pemberian yang sifatnya sangat sederhana dan berjalan secara terus menerus dalam rangka membina hubungan kepada karyawan korporasi akan menumbuhkan loyalitas kepada si pemberi hadiah.

Dalam prakteknya saat ini beberapa korporasi yang mempunyai nilai-nilai organisasi yang menjelaskan misi korporasi serta menyiapkan perangkat aturan yang dinyatakan dalam prosedur *Sistem Operation Prosedur* (SOP). Dalam prosedur ini umumnya sudah dinyatakan dengan tegas dan jelas bahwa karyawan suatu korporasi dilarang menerima hadiah atau pemberian karena memungkinkan terjadinya potensi korupsi.

Dalam prakteknya pemberian hadiah bagi kita bangsa Indonesia adalah sesuatu hal yang biasa namun kita dapat melihat dari beberapa sudut pandang yang berbeda:

- **Budaya**, kedekatan masyarakat Indonesia yang memiliki hubungan kedekatan emosi, suku dan budaya menciptakan masyarakat Indonesia saling tolong menolong dan dalam kesehariannya dilakukan dalam bentuk pemberian (*gift*).
- **Religi**, adanya beberapa agama yang dianut masyarakat di Indonesia yang esensi ajarannya hampir sama untuk saling memberi dan berbagi membuat masyarakat kita atas dasar keyakinannya melakukan pemberian atau saling membantu kepada yang membutuhkan.
- **Regulasi**, berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia sifat mudah memberi kepada orang lain akan memiliki makna lain secara hukum

karena adanya pengikatan dan konsekuensi bagi pemberi dan penerima hadiah.

B. HUBUNGAN PEMBERI DAN PENERIMA *GIFT*

Untuk memberikan kemudahan pemahaman kepada peserta pembelajaran modul ini maka akan dibatasi dengan mengidentifikasi hubungan pemberi dan penerima *gift* bagi korporasi dan sektor swasta. Setidaknya terdapat tiga bentuk hubungan *gift* sebagai berikut:

1. Pihak Internal kepada Pihak Internal

Pemberian *gift* yang dilakukan oleh pihak-pihak internal dalam suatu korporasi dalam prakteknya banyak terjadi namun pertanyaannya adalah, apakah pemberian *gift* ini dapat dianggap suap atau bukan? Tentunya hal ini tidak termasuk dalam pengertian pemberian yang harus dilaporkan kepada komite yang ada di korporasi.

Pada prakteknya pemberian ini dapat terjadi antar teman dan relasi kerja di dalam suatu korporasi misalnya pada saat si A ulang tahun maka rekan kerja di departemen atau korporasi ini memberikan hadiah kepada si A.

Pada suatu waktu si B baru kembali dari berlibur dari luar kota dan sebagai kebiasaan maka B akan membawa buah tangan atau oleh-oleh yang dibagikan kepada rekan kerja secara pribadi maupun dimanfaatkan secara bersama seperti kue dan makanan khas.

Secara internal juga perlu diantisipasi pemberian *gift* yang sifatnya vertical ketas. Apabila seorang bawahan kerap memberikan bingkisan atau hadiah kepada atasannya yang mempunyai kewenangan memberikan penilaian terhadap kinerja bawahan maka hal ini dapat menjadi potensi munculnya hubungan istimewa yang akan mempengaruhi obyektivitas penilaian kinerja si karyawan.

2. Pihak Internal kepada Pihak Eksternal atau Sebaliknya

Transaksi yang dilakukan pada hubungan ini tentunya sangat riskan dan dapat merupakan potensi terjadinya konflik kepentingan apalagi jika si penerima adalah seseorang yang memiliki jabatan dan kewenangan dalam tugas tertentu dalam pengambilan keputusan dalam suatu proyek yang sedang atau akan dijalankan oleh korporasi. Pemberian *gift* pada hubungan yang demikian

wajib dilakukan pelaporan kepada komite etik atau pengawas internal korporasi untuk dilakukan pencatatan dan akan mengikuti aturan yang berlaku di suatu korporasi.

3. Pihak Internal kepada Penyelenggara Negara

Untuk transaksi dengan hubungan dari pihak korporasi kepada pihak penyelenggara Negara sudah dipastikan dilarang sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2001 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi Pasal 12B (1): “Setiap gratifikasi kepada pegawai negeri atau penyelenggara negara dianggap pemberian suap, apabila berhubungan dengan jabatannya dan yang berlawanan dengan kewajiban atau tugasnya...”.

Dengan ketentuan tersebut sudah sangat jelas bahwa korporasi harus menghindari pemberian *gift* kepada Penyelenggara Negara. Siapakah yang dimaksud Penyelenggara Negara dapat dilihat pada Penjelasan Pasal 1 angka (2) UU No. 28 tahun 1999 yang menguraikan jabatan-jabatan lain yang termasuk kualifikasi Penyelenggara Negara.

C. KATEGORI GIFT

Gift dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Gift dan Pemberian yang Mempunyai Pengaruh

Hadiah ini umumnya dimaksudkan untuk mengambil hati penerima di suatu korporasi dan memastikan perlakuan yang menguntungkan di masa depan bagi korporasi ataupun individu si pemberi dalam menjalankan bisnisnya.

2. Gift sebagai Ucapan Terima Kasih

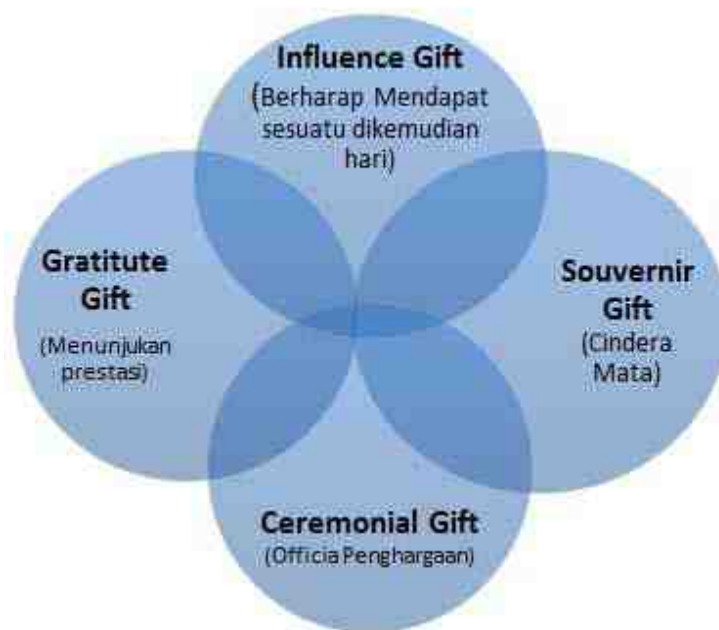
Ini adalah hadiah yang diberikan kepada karyawan korporasi sebagai apresiasi atas kinerja yang telah dicapai dan akan memberikan efek teladan bagi karyawan lainnya atau memberikan pengaruh positif untuk peningkatan produktifitas korporasi. Dalam praktek sehari-hari bisa kita lihat jika ada pemilihan karyawan terbaik dari korporasi dari suatu periode tertentu. “*Employee of The Month*”, “*Best Employee*” dan dalam bentuk lain dan mendapatkan hadiah dari korporasi.

3. Gift berupa Souvenir

Dalam SOP korporasi biasanya dijelaskan untuk kategori *gift* berupa souvenir atau cinderamata dengan nilai yang tidak material dan diberikan sebagai tanda penghargaan bukan sebagai pemberian yang mengharapkan balasan/pengaruh dari penerima dan tidak mempengaruhi integritasnya, dapat berupa coklat, bulpen, cangkir, buku agenda, kalender dan lainnya.

4. Gift berupa Plakat Penghargaan

Hadiah ini adalah hadiah resmi yang diberikan oleh organisasi lain yang diberikan sebagai penghargaan korporasi karena mengikuti suatu even atau kegiatan. Sebagai ucapan terima kasih atas partisipasi korporasi ataupun yang mewakilinya maka biasanya akan mendapatkan *gift* berupa plakat. Semua pemberian ini akan dikembalikan ke korporasi dan menjadi milik korporasi dan akan dipajang sebagai suatu prestasi korporasi.



Gambar 2.1. Kategori *Gift*

D. JENIS GIFT

Jenis *gift* ada yang dianggap suap dan ada yang tidak dianggap suap. Membedakan di antara keduanya adalah sebagai berikut:

1. Gift yang Dianggap Suap

Adalah pemberian *gift* yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya dalam rangka pekerjaan dan untuk mendapatkan imbalan atau kemudahan lainnya dalam pelaksanaan suatu pekerjaan atau proyek yang sedang atau akan dilaksanakan oleh sektor swasta. Namun tidak terbatas pada pelaku bisnis sektor swasta hal tersebut bisa juga diberikan atau diterima oleh penyelenggara Negara atau pegawai negeri sipil.

Contoh: Pejabat A dari suatu perusahaan akan menjalankan perjalanan dinas mengevaluasi proyek yang dikerjakan oleh perusahaan milik Tn. B. Karena proyek tersebut lokasinya di Bali. Tn. B memberikan tiket gratis dan akomodasi untuk Tn. A dan keluarga dalam rangka mendampingi Tn.A. Maka pemberian ini bisa dianggap suap.

2. Gift yang Tidak Dianggap Suap

Adalah pemberian yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya di sektor swasta yang berhubungan dengan pekerjaannya dan tidak bertentangan dengan tugas. Hal ini dapat dilihat dengan tidak adanya pengaruh dan harapan dari pemberi gift serta tidak melawan aturan dan ketentuan yang berlaku.

Contoh: Dalam menghadapi tahun baru karyawan di suatu korporasi menerima hadiah berupa kalender meja dan agenda tahun baru yang merupakan materi promosi dari pihak pemasok.

Berikut ini adalah contoh-contoh lain hadiah pemberian yang sering diberikan oleh pihak-pihak yang melakukan hubungan bisnis terhadap masing-masing anggotanya:

1. Contoh Pemberian yang Dianggap Suap:

- Pemberian dalam bentuk uang tunai/cek/transfer bank untuk keperluan apapun.
- *Voucher*/kupon belanja atau perjalanan.
- Produk elektronik dengan nilai melebihi ketentuan.

- Fasilitas perjalanan.

2. Contoh Pemberian yang Tidak Dianggap Suap:

- Karangan bunga, keranjang buah.
- Minuman sederhana atau makanan.
- Souvenir dalam rangka prestasi pekerjaan.
- Hadiah pernikahan/ulang tahun dalam jumlah yang tidak melebihi ketentuan.

E. LATIHAN

Setelah Anda mempelajari materi yang disajikan dalam modul ini, jawablah soal-soal latihan berikut:

1. Apakah yang dimaksud dengan *managing gift*?
2. Apabila Anda dalam melaksanakan tugas yang berkenaan dengan *tender* suatu produk/jasa, bagaimana Anda mengidentifikasi jika terdapat pemberian dari pihak ketiga?
3. Apakah menurut Anda pemberian bingkisan akan mempengaruhi sikap atau keputusan yang akan diambil?

F. RANGKUMAN

Managing gift adalah suatu upaya yang dilakukan oleh organisasi/korporasi sebagai pelaku bisnis di sektor swasta. Pengaturan ini penting dilakukan tidak hanya terbatas kepada Penyelenggara Negara atau pegawai negeri sipil namun harus dilakukan juga oleh semua komponen bangsa Indonesia sebagai upaya untuk menekan potensi korupsi.

Memberikan pemahaman yang menyeluruh terhadap karyawan korporasi mengenai prinsip dan jenis *managing gift* akan memudahkan bagi korporasi untuk menjadi organisasi yang transparan dan bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatan usaha.

Upaya yang dilakukan oleh korporasi menanamkan nilai-nilai dan integritas yang sesuai dan bernilai positif akan menanamkan kebiasaan bagi semua karyawan untuk melakukan tindakan-tindakan yang tidak bertentangan dengan apa yang sudah disepakati secara umum dalam suatu korporasi. Dengan demikian akan

tercipta iklim usaha yang kompetitif dan efektif dalam menghadapi persaingan dunia usaha baik lokal, regional maupun internasional.

G. EVALUASI MATERI

Setelah Anda mempelajari materi yang disajikan dalam modul ini, dan menjawab soal-soal latihan yang diberikan pada sub bab sebelumnya apakah peserta sudah memahami dengan jelas bagaimana melakukan pengelolaan hadiah/*managing gift* yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku baik secara eksternal (Negara) dan internal korporasi.

Apabila peserta dapat memahami dan melaksanakan semua aktivitas yang berkaitan dengan korporasi dalam tugasnya yang selalu berhubungan dengan pihak penjual atau pembeli atau juga dengan pihak lain sebagai rekanan diharapkan peserta bisa menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Oleh karena itu, setelah Anda mempelajari materi yang disajikan dalam modul ini, jawablah soal-soal evaluasi berikut:

1. Apakah yang dimaksud dengan *managing gift*?
2. Apa saja bentuk-bentuk *gift* yang menunjukkan hubungan antara pemberi dan penerima?
3. Bedakan mana *gift* yang dianggap suap dan mana yang bukan suap!

H. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT

Sejauhmana Anda dapat menyelesaikan Latihan dan Evaluasi Materi yang ada pada Bab ini? Apabila Anda telah mampu menjawab Latihan dan Evaluasi Materi pada Bab ini, berarti Anda telah menguasai materi ini dengan baik dan benar. Akan tetapi, jika Anda masih merasa ragu dengan pemahaman Anda mengenai materi yang terdapat pada Bab ini serta adanya keraguan dan kesalahan dalam menjawab Latihan dan Evaluasi Materi, maka disarankan Anda mempelajari kembali secara lebih intensif dengan membaca ulang materi dalam modul ini, membaca bahan referensi yang dipergunakan, berdiskusi dengan pengajar/fasilitator dan juga dengan sesama peserta Diklat lainnya.

BAB III

PRINSIP, URGENSI PERLUNYA DAN MANFAAT *MANAGING GIFT*



Indikator Keberhasilan:

Setelah mengikuti kegiatan pembelajaran ini, peserta mampu menjelaskan prinsip, urgensi perlunya dan manfaat managing gift dalam perusahaan.

A. PRINSIP *MANAGING GIFT*

Pengelolaan *gift* atau hadiah yang dilakukan dengan tidak tepat dapat membawa konsekuensi negatif bagi lembaga, individu dan korporasi, yaitu dapat merendahkan nilai organisasi dan menurunkan rasa percaya mitra bisnis terhadap korporasi.

Managing gift (mengelola hadiah) merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengendalikan penerimaan hadiah melalui peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaporan hadiah secara transparan dan akuntabel sesuai peraturan Korporasi dan perundang-undangan.

Belajar dari negara lain dimana komisi independent antikorupsi di *New South Wales* menyoroti risiko yang terkait dengan karyawan korporasi yang menerima hadiah yang tidak dilaporkan yang dapat sehingga menimbulkan pengawasan internal yang makin tinggi karena menyangkut kepercayaan publik kepada korporasi.

Dalam melakukan pengelolaan pemberian hadiah (*managing gift*) terdapat prinsip-prinsip utama sebagai berikut:

1. Prinsip Transparansi

Prinsip transparansi mencerminkan adanya keterbukaan dalam mekanisme pelaporan atas penerimaan hadiah kepada pimpinan atau komite yang

dibentuk di korporasi. Mekanisme pelaporan tersebut merupakan sarana bagi pegawai korporasi untuk menguji dan menjamin keabsahan penerimaan-penerimaan yang diperoleh oleh pegawai korporasi.

2. Prinsip Akuntabilitas

Prinsip akuntabilitas mengacu pada pegawai korporasi yang melaporkan pemberian kepada komite atau dewan direksi. Kepada pelapor penerima hadiah, prinsip akuntabilitas diimplementasikan sebagai bentuk kewajiban dari pegawai yang telah diberikan amanah untuk menjalankan tugas dan kewenangan dalam jabatan yang diembannya, untuk tidak menerima pemberian dalam bentuk apapun terkait dengan jabatannya.

3. Prinsip Independensi

Prinsip independensi ditunjukkan dengan sikap menolak setiap pemberian dalam bentuk apapun yang terkait dengan peran dan jabatan atau melaporkan penerimaan hadiah yang dianggap suap kepada komite korporasi atau direksi. Pelaporan tersebut akan memutus potensi pengaruh pada independensi penerimaan hadiah dalam menjalankan tugas dan kewenangan setiap pejabat dan pegawai di lingkungan korporasi.

4. Prinsip Pengawasan Internal

Korporasi harus mempunyai sistem yang kuat dan prosedur yang baku dalam penanganan pemberian hadiah (*managing gift*). Dengan system yang baku dan pengawasan internal yang baik diharapkan semua kegiatan yang berhubungan dengan hal tersebut dapat diawasi untuk meminimalisir atau menghilangkan hal-hal dan potensi korupsi yang akan terjadi. Korporasi harus membuat suatu komite pengawasan khusus untuk melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan *managing gift*.

B. URGENSI PERLUNYA *MANAGING GIFT*

Sebagai upaya untuk menciptakan iklim bisnis dan usaha yang kondusif di Indonesia serta membuat dunia usaha semakin kompetitif dan efisien dalam menjalankan bisnis maka sangat penting untuk melakukan upaya-upaya yang berkenaan dengan *managing gift*. Membangun budaya keterbukaan di dalam organisasi akan menciptakan suasana bekerja yang hati-hati bagi seluruh *stakeholder* yang berkaitan dengan adanya potensi praktek korupsi dan penyalahgunaan wewenang dalam pekerjaan.

Peran *management* dalam melakukan sosialisasi secara rutin dan terjadwal akan mengurangi risiko terjadinya potensi korupsi serta membangun iklim bisnis yang lebih kondusif. Dalam suatu korporasi untuk menangani hal ini biasanya dilakukan oleh Departemen Sumber Daya Manusia (*Human Resource Department*) atau unit pengendalian internal jika skala organisasinya sudah cukup besar.

Korporasi akan membangun suatu system mengenai pengendalian penerimaan hadiah yang dituangkan dalam *Sistem Operating Prosedur* (SOP) yang baku dan berlaku bagi semua karyawan di korporasi.

Prosedur ini biasanya di kenal dengan nama *Code of Conduct* atau *Code of Ethic Bisnis*. SOP ini akan mengatur tata cara bagaimana anggota korporasi / organisasi berperilaku dalam keseharian dalam menjalankan bisnis baik terhadap lingkungan internal maupun eksternal seperti dengan *supplier* maupun *customer* atau pihak lainnya diluar organisasi.

Code of conduct atau Kode Etik Perilaku akan selalu memberikan penjelasan mengenai nilai-nilai yang dipakai dalam suatu organisasi. Menjelaskan visi dan misi korporasi serta memasukan penjelasan mengapa korporasi menjalankan bisnisnya harus sesuai prinsip-prinsip tata kelola korporasi dengan baik atau biasa kita sebut dengan *Good Corporate Governance* (GCG).

Maksud, tujuan dan manfaat *code of conduct* dalam *managing gift* bagi korporasi adfalah sebagai berikut:

1. Maksud penerapan *code of conduct* bagi korporasi adalah sebagai berikut:
 - a. Setiap karyawan korporasi memahami bahwa segala aktivitas korporasi berlandaskan pada prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik.
 - b. Mendorong seluruh karyawan korporasi untuk berperilaku yang baik dalam melaksanakan segala aktivitas korporasi.
 - c. Menciptakan suasana kerja yang sehat dan nyaman dalam lingkungan korporasi.
 - d. Meminimalisasi peluang terjadinya penyimpangan atau merupakan bagian dari manajemen risiko serta dapat membangun reputasi korporasi.
2. Tujuan penerapan *code of conduct* bagi korporasi adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai komitmen bersama untuk mewujudkan visi dan melaksanakan misi korporasi secara profesional, dan berintegritas.
- b. Sebagai panduan perilaku bagi seluruh anggota korporasi.
- c. Sebagai pegangan untuk menghindari benturan kepentingan dalam melaksanakan segala aktivitas korporasi.
- d. Mengembangkan hubungan yang harmonis, sinergi dan saling menguntungkan antara *Stakeholders* korporasi.

Dalam pelaksanaan *managing gift* yang didukung oleh infrastruktur internal korporasi yang baik dilengkapi juga dengan beberapa posisi yang memegang peranan kunci. Dalam hal ini, **perangkat internal diposisikan sebagai sistem *managing gift*.**

Sebagaimana suatu sistem yang terintegrasi dari perangkat-perangkat yang bekerja secara dinamis, maka sistem pengendalian hadiah (*managing gift*) juga memerlukan dukungan perangkat dan kegiatan agar dapat berjalan dengan baik. Perangkat dan kegiatan minimum yang diperlukan adalah:

1. Aturan Etika Memberi dan Menerima Hadiah

Aturan etika memberi dan menerima hadiah diperlukan untuk memberikan landasan atau standar perilaku bagi anggota korporasi dalam menghadapi praktik penerimaan dan pemberian hadiah. Dalam aturan ini, sekurang-kurangnya memuat hal-hal sebagai berikut:

- a. Kewajiban menolak pemberian hadiah yang dianggap suap.
- b. Kewajiban pelaporan atas penerimaan, penolakan dan pemberian hadiah.
- c. Bentuk hadiah yang wajib dan tidak wajib dilaporkan.
- d. Besaran nilai hadiah yang wajib dilaporkan misalnya setara atau lebih besar dari 100 USD.
- e. Mekanisme pelaporan penerimaan, penolakan dan pemberian hadiah.
- f. Tugas dan wewenang pelaksana fungsi pengendalian hadiah.
- g. Perlindungan terhadap anggota korporasi sebagai pelapor.

Aturan tersebut secara eksplisit dituangkan dalam keputusan pimpinan korporasi dan memiliki keberlakuan yang mengikat kepada setiap individu yang berada dalam korporasi.

2. Pelaksana fungsi pengendalian *Managing Gift*

Dengan memandang pemberian hadiah bagi karyawan korporasi akan menimbulkan persepsi yang buruk dalam hubungan dan tata kelola organisasi

maka perlu dibentuk suatu unit khusus yang diberikan kewenangan sebagai pelaksana pengawas pengelolaan hadiah atau biasanya disebut sebagai komite etik yang tugasnya menitikberatkan pada tujuan:

- a. Memutus atas masalah atau potensi masalah yang timbul dari pemberian hadiah termasuk memutuskan pemanfaatan hadiah yang disepakati diterima untuk kepentingan korporasi.
- b. Mengedepankan pemanfaatan atas hadiah yang diterima untuk kepentingan setelah dicatatkan sesuai ketentuan yang berlaku atau disumbangkan kepada lembaga sosial.
- c. Membangun persepsi positif dan kepercayaan bagi anggota korporasi.

3. Komitmen Pimpinan

Komitmen pimpinan korporasi menjadi hal yang penting dalam pengolahan hadiah. Pemimpin harus menjadi tauladan bagi semua anggota korporasi. *Walk The Talk* kesamaan antara ucapan dan tindakan akan menjadi cerminan bagi semua karyawan korporasi. Perlunya pimpinan melakukan komunikasi dengan karyawan di korporasi untuk membangun rasa bangga dan percaya diri bahwa organisasinya sudah benar-benar menjunjung tinggi integritas dalam menjalankan bisnis.

4. Monitor dan Evaluasi

Melakukan monitoring atas semua sistem yang sudah dijalankan adalah sarana untuk melakukan evaluasi. Lakukan audit internal dari semua program yang sudah dijalankan berdasarkan SOP yang sudah disepakati. Lakukan langkah langkah koreksi atas kekurangan dan tindak tagas bagi pelanggaran kode etik korporasi.

Dengan penjelasan pentingnya melakukan pengendalian hadiah tidak hanya dipandang sebagai wujud pemenuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, namun juga diharapkan dapat memberikan kompetisi korporasi dalam menjalankan bisnis di sektor swasta. Dengan adanya sistem pengendalian hadiah mendorong terbentuknya pegawai-pegawai korporasi yang berintegritas yang diwujudkan dengan kesadaran untuk menolak menerima hadiah dalam rangka pekerjaan atau berhubungan dengan posisi dan jabatannya.

Sejalan dengan hal tersebut, peningkatan kesadaran aturan pengendalian hadiah di lingkungan korporasi dapat berdampak pada terbentuknya citra positif bagi korporasi sebagai upaya penciptaan iklim usaha kondusif di dunia bisnis sektor

swasta.

Dalam praktek yang dilakukan oleh banyak korporasi setelah semua perangkat yang digunakan untuk melakukan pencegahan dalam *managing gift* digunakan juga beberapa simbol atau ikon berupa gambar atau poster. Materi yang berisi ajakan persuasif dan himbauan yang diletakan pada areal yang mudah dilihat dan lebih mengena lagi di tempat yang biasa digunakan untuk menerima tamu dan beberapa lokasi di lingkungan gedung atau kantor korporasi.

Gambar atau poster merupakan bagian dari ajakan korporasi untuk selalu tunduk pada kode etik dan nilai-nilai korporasi dalam mengantisipasi tindakan korupsi. Selain materi gambar atau poster departmen sumber daya manusia atau HRD selalu mempunyai agenda rutin dalam melakukan penyegaran dan sosialisasi bagi semua karyawan secara rutin. Bagi karyawan baru hal ini akan dilakukan pada saat *Induction* hari pertama bergabung dalam korporasi.

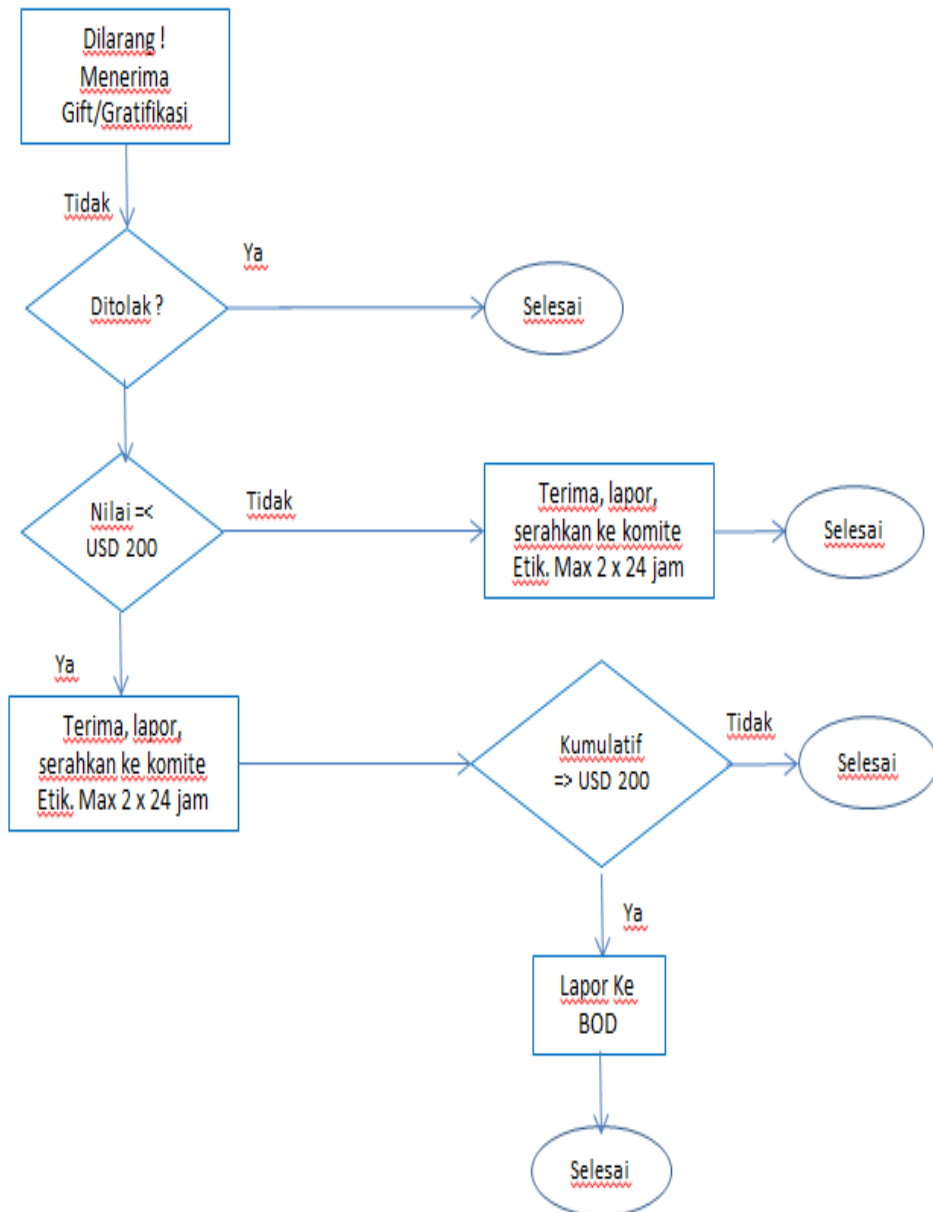
Secara rutin dalam satu tahun sekali korporasi selalu meminta karyawan korporasi menandatangani surat yang isinya deklarasi tentang kesediaan karyawan untuk tidak menerima pemberian dalam bentuk apapun dari pihak lain yang mempunyai hubungan bisnis dengan korporasi.

Jika Saya Menerima Gift, Apa yang Harus Saya Lakukan?

Jika Anda memiliki posisi sebagai pejabat atau mempunyai kewenangan dalam suatu korporasi menerima *gift* maka langkah terbaik yang bisa Anda lakukan (jika Anda dapat mengidentifikasi motif pemberian *gift* dianggap suap) adalah menolak gratifikasi tersebut secara baik, sehingga sedapat mungkin tidak menyinggung perasaan pemberi. Jika keadaan memaksa Anda menerima gratifikasi tersebut, misalnya pemberian terlanjur dilakukan melalui orang terdekat Anda (suami, istri, anak, pembantu, sopir dan lain-lain) atau ada perasaan tidak enak karena dapat menyinggung pemberi, maka sebaiknya gratifikasi yang diterima segera dilaporkan ke komite etik di korproasi Anda.

Contoh alur proses pelaporan penerimaan *gift* yang dilaporkan (lihat **Gambar 3.1**) adalah sebagai berikut:

Proses Pelaporan Pemberian Gift



Gambar 3.1. Contoh Alur Proses Pemberian Hadiah/*Gift*

Selain itu terdapat contoh-contoh gambar lainnya yang dapat disosialisasikan dalam rangka penanganan pemberian hadiah (*managing gift*) di lingkungan korporasi (lihat **Contoh 3.1**).



AWAS !!

DILARANG MENERIMA HADIAH/GIFT!

INGAT KODE ETIK BISNIS PERUSAHAAN!

PASTIKAN ANDA TERHINDAR DARI MASALAH INTEGRITAS!

**Contoh 3.1. Gambar-gambar Penanganan
Pemberian Hadiah (*Managing Gift*)**

Berikut ini adalah contoh formulir *gift* (lihat **Contoh 3.2 Formulir Gift**).

Contoh 3.2.
FORMULIR GIFT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :

No.Karyawan :

Jabatan :

Unit Kerja :

Bersama ini menyampaikan laporan penerimaan hadiah dari pihak lain

.....

Berupa

Sejumlah

Setara Nilai Rp

Untuk selanjutnya dilaporkan kepada komite etika atau direksi untuk mendapatkan **persetujuan/penolakan** sesuai ketentuan yang berlaku.

Disposisi Komite:

.....

Jakarta,

Karyawan Korporasi

Komite Etik/Direksi

()

()

Contoh Surat Pernyataan Korporasi ditunjukkan pada **Contoh 3.3. Formulir Surat Pernyataan Terhadap Kode Etik**).

Contoh 3.3.
FORMULIR SURAT PERNYATAAN TERHADAP KODE ETIK

Saya, yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama :

NIP & Grade :

Telah menerima, membaca, dan memahami sepenuhnya kebijakan mengenai KODE ETIK. PT. XXX.

Selanjutnya, saya berjanji untuk menjunjung tinggi etika yang berlaku dengan berupaya menghindari pertentangan kepentingan, senantiasa menangani dengan benar dan mematuhi hukum/peraturan terkait yang berlaku dalam arti yang seluas-luasnya selama saya menjadi karyawan PT. XXX.

Saya berjanji untuk senantiasa mendahulukan/mengutamakan kepentingan PT. XXX di atas kepentingan pribadi, dalam hubungan kerjasama dengan Perusahaan, pihak-pihak lain, dan antar pegawai.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dalam keadaan sehat dan tanpa paksaan, dan apabila di kemudian hari saya melanggar pernyataan di atas atau melakukan sesuatu yang menyimpang dari kebijakan PT. XXX seperti yang tertera dalam kebijakan mengenai KODE ETIK dan/atau ketentuan lain yang telah ditetapkan, maka saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh PT. XXX sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

....., (Tempat, Tanggal, Bulan, Tahun)

Materai (sesuai ketentuan yang berlaku)

..... (Nama Karyawan)

Perbedaan antara *gift* dianggap suap dan tidak dianggap suap dapat ditunjukkan pada **Tabel 3.1.**

Tabel 3.1. Perbedaan antara *Gift* Dianggap Suap dan Tidak Dianggap Suap

No		Dianggap Suap	Tidak Dianggap Suap
1	Tujuan/Motif Pemberian	Dilakukan untuk menjalankan hubungan baik, menghormati martabat seseorang, memenuhi tuntutan agama dan mengembangkan berbagai bentuk perilaku simbolis (Diberikan karena alasan yang dibenarkan secara sosial)	Ditujukan untuk mempengaruhi keputusan karena apa yang dikendalikan dan dikuasai oleh penerima (wewenang yang melekan pada jabatan, sumber daya lainnya)
2	Hubungan Pemberi dan Penerima	Setara	Timpang
3	Hubungan yang bersifat strategis	Umumnya tidak ada	Pasti Ada
4	Timbulnya konflik kepentingan	Umumnya tidak ada	Pasti Ada
5	Situasi Pemberian	Acara-acara yang sifatnya sosial berakar pada adat istiadat dan sifatnya kolektif	Bukan peristiwa kolektif meski bisa saja pemberian diberikan pada acara sosial
6	Resiprositas (asas timbal balik)	Bersifat ambigu dalam perspektif bisa resiprokal dan kadang kadang tidak resiprokal	Resiprokal secara alami
7	Kesenjangan waktu	Memungkinkan kesenjangan waktu yang panjang pada saat pemberian kembali (membalas pemberian)	Tidak mungkin adanya kesenjangan waktu yang panjang
8	Sifat Hubungan	Aliansi sosial untuk mencari pengakuan sosial	Patronase dan sering kali nepotisme dan ikatan serupa ini penting untuk mencapai tujuan.
9	Ikatan yang terbentuk	Sifatnya jangka panjang dan emosional	Sifatnya jangka pendek dan transaksional
10	Kecendrungan adanya sirkulasi Barang atau Produk	Terjadinya sirkulasi barang/produk	Tidak terjadi sirkulasi barang/produk
11	Nilai atau harga dari pemberian	Menitikberatkan pada nilai intrinsik sosial	Menekankan pada nilai moneter
12	Metode Pemberian	Umumnya langsung dan bersifat terbuka	Umumnya tidak langsung (melalui Agen/perantara) dan bersifat tertutup
13	Mekanisme Penentuan nilai/harga	Berdasarkan kewajaran/kepentasan secara sosial (Masyarakat)	Ditentukan oleh pihak-pihak yang terlibat.

C. MANFAAT *MANAGING GIFT*

Pengelolaan pemberian hadiah (*managing gift*) dapat membawa manfaat bagi korporasi secara keseluruhan. Setidaknya terdapat tiga manfaat bagi korporasi.

1. Menurunkan Biaya Operasional

Berdasarkan penelitian Lembaga Pengkajian, Penelitian, dan Pengembangan Ekonomi Universitas Indonesia (LP3E UI) tahun 2003, pengeluaran perusahaan untuk biaya “tambahan atau pungutan liar” telah mencapai 11 persen dari biaya produksi (Sumber RPJMN). Hasil penelitian LP3EM UI ini menunjukkan bahwa KADIN Indonesia pada tahun 2013 mengeluarkan besarnya biaya siluman (*overhead cost*) mencapai 20%-30% dari total ongkos produksi.

Dari data tersebut terlihat adanya peningkatan biaya operasional tidak resmi atau “biaya siluman” yang trennya terus meningkat dari tahun ke tahun. Untuk tingkat Asia Tenggara (ASEAN), hasil penelitian LP3E menunjukkan bahwa biaya transaksi perizinan untuk memulai usaha di Indonesia lebih tinggi dibanding negara tetangga. Biaya transaksi perizinan untuk memulai usaha di Indonesia mencapai 17,9 persen dari pendapatan per kapita. Angka ini lebih tinggi dari Malaysia, 16,4 persen, dan Thailand yang hanya 6,2 persen.

Diterapkannya sistem pengendalian *gift*, suap, dan uang pelicin secara masif dan berkelanjutan diyakini dapat menekan dan menurunkan biaya operasional tidak resmi (biaya siluman) tersebut secara perlahan dan konsisten. Pengusaha bahkan dapat menikmati manfaat tambahan karena dapat mengalokasikan dana-dana tidak resmi tersebut untuk meningkatkan gaji tenaga kerjanya secara layak dan manusiawi sehingga hubungan industrial antara pengusaha dan tenaga kerja dapat menuju arah yang semakin produktif dan saling memuliakan.

2. Meningkatkan Kepercayaan Investor/Mitra/Konsumen

Diimplementasikannya praktik bisnis yang bersih dan beretika secara transparan dan konsisten diyakini akan meningkatkan kepercayaan oleh para *stakeholder* kunci seperti investor, mitra, konsumen, pemerintah, dan lain-lain. Investor dalam analisisnya meyakini bahwa hasil investasinya adalah hasil terbaik yang diberikan perusahaan. Mitra usaha mempunyai alasan yang kuat untuk terus meningkatkan kerja samanya karena perusahaan

memberikan harga terbaik karena beroperasi secara efisien. Konsumen menjadi loyal karena mendapatkan barang/jasa yang berkualitas dengan harga yang kompetitif. Pemerintah, misalnya aparat pajak, mendapatkan basis data yang jelas dan transparan atas perhitungan pajak yang harus diterima ke kas negara.

3. Meminimalisasi Potensi Kecurangan (*Fraud*)

Terbangunnya sistem dan tata kelola yang bersih yang berlandaskan transparansi, akuntabilitas, profesionalisme, dan keadilan (*fairness*) dengan berbagai perangkatnya, termasuk sistem pengendalian gratifikasi, secara empiris akan mempersempit dan meminimalisir terjadinya kecurangan (*fraud*). Sistem pengendalian gratifikasi akan efektif untuk meminimalisir terjadinya potensi konflik kepentingan (*Conflict Of Interest*) karena antar individu atau pihak tidak dibebani dengan pamrih atau ewuh pakewuh akibat pemberian-pemberian di masa lalu.

D. LATIHAN

Setelah Anda mempelajari materi yang disajikan dalam modul ini, jawablah soal-soal latihan berikut:

1. Jelaskan prinsip-prinsip pengelolaan pemberian hadiah (*managing gift*)!
2. Apa saja tujuan pengelolaan pemberian hadiah (*managing gift*)?
3. Sebagai fungsi pengawasan, peran apa yang harus dilakukan untuk mengetahui keberhasilan *managing gift*?

E. RANGKUMAN

Dari penjelasan mengenai pentingnya *managing gift* ada beberapa hal yang harus diketahui yaitu berupa prinsip dalam *managing gift*, yaitu: (a) Transparansi. (b) Akuntabilitas. (c) Independensi. (d) Pengawasan internal.

Pentingnya melakukan *managing gift* pada sektor swasta dan korporasi adalah untuk pengendalian seluruh pejabat dan anggota korporasi dalam menjalankan tugasnya. Oleh karena itu perlu dibangun suatu sistem yang dilengkapi dengan aturan-aturan baku dan dilakukan sosialisasi yang berkelanjutan sebagai upaya dalam pencegahan. Pengawasan internal dan teladan dari pemimpin korporasi adalah suatu hal yang sangat penting dalam *managing gift*.

F. EVALUASI MATERI

Setelah Anda mempelajari materi yang disajikan dalam modul ini, jawablah soal-soal evaluasi berikut:

1. Jelaskan prinsip-prinsip yang ada dalam *managing gift*!
2. Berikanlah contoh nyata dalam kehidupan korporasi mengenai pelaksanaan salah satu prinsip *managing gift*!
3. Menurut Anda, seberapa penting korporasi melakukan upaya *managing gift*!
4. Mengapa peran pimpinan korporasi menjadi hal yang penting dalam *managing gift*!

G. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT

Sejauhmana Anda dapat menyelesaikan Latihan dan Evaluasi Materi yang ada pada Bab ini? Apabila Anda telah mampu menjawab Latihan dan Evaluasi Materi pada Bab ini, berarti Anda telah menguasai materi ini dengan baik dan benar. Akan tetapi, jika Anda masih merasa ragu dengan pemahaman Anda mengenai materi yang terdapat pada Bab ini serta adanya keraguan dan kesalahan dalam menjawab Latihan dan Evaluasi Materi, maka disarankan Anda mempelajari kembali secara lebih intensif dengan membaca ulang materi dalam modul ini, membaca bahan referensi yang dipergunakan, berdiskusi dengan pengajar/fasilitator dan juga dengan sesama peserta Diklat lainnya.

BAB IV

PRAKTIK-PRAKTIK TERBAIK

MANAGING GIFT



Indikator Keberhasilan:

Setelah mengikuti kegiatan pembelajaran ini, peserta mampu menerapkan praktik-praktik terbaik managing gift dalam perusahaan.

Dalam menjalankan aktivitas dan kerja sama bisnis yang harmonis, serasi dan berkesinambungan, setiap perusahaan selalu melakukan interaksi dengan banyak pihak, baik pihak internal maupun pihak di luar perusahaan. Satu hal yang sering terjadi dan tidak terhindarkan dalam menjalankan aktivitas dan hubungan bisnis ialah adanya pemberian hadiah dari satu pihak kepada pihak lainnya.

Untuk menjaga hubungan bisnis tetap berada pada koridor etika dan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, maka diperlukan pengaturan/pengelolaan *gift* yang meliputi kebijakan, tata cara pengelolaan, pelaporan serta penunjukan unit kerja yang bertanggung jawab dalam melakukan pengelolaan dan pengendalian pemberian *gift* di perusahaan.

Salah satu alat (*tool*) yang dapat dipakai untuk melakukan pengendalian pemberian *gift* (*managing gift*) adalah **P.R.O.V.E. I.T.**

P = *Purpose* (tujuan pemberian *gift*).

R = *Role* (aturan di perusahaan yang menekankan penerimaan hadiah).

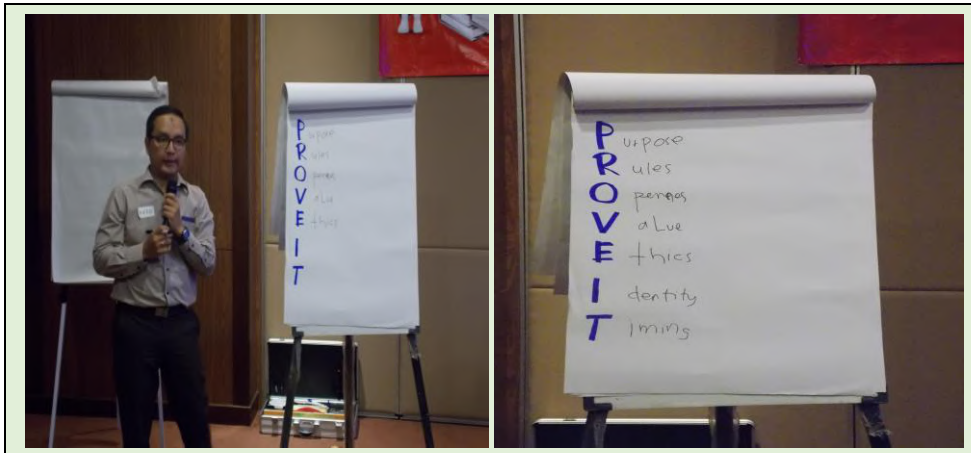
O = *Openess* (keterbukaan dalam pemberian hadiah).

V = *Value* (berapa nilainya).

E = *Ethics* (bertentangan dengan etika kerja).

I = *Identity* (siapa yang memberikan).

T = *Timing* (waktu dan berapa kali diberikan).



Gambar 4.1. Tool P.R.O.V.E. I.T. untuk Managing Gift

A. CONTOH-CONTOH MANAGING GIFT DI KORPORASI

Untuk memahami dan menguraikan dengan lebih baik terhadap pengelolaan pemberian hadiah (*managing gift*) di lingkupngan korporasi, berikut ini digambarkan contoh-contoh *managing gift*.

1. Mendapatkan Undian

Pada suatu waktu staff di korporasi PT. XYZ mendapatkan undangan seminar mengenai investasi dana pensiun dengan berbayar. Setelah melengkapi semua form yang akan digunakan untuk mendapatkan persetujuan manajemen dan mendaftar dengan melakukan pembayaran.

Di akhir seminar penyelenggara mengadakan undian dengan beberapa macam hadiah yang sudah disiapkan. Staff PT XYZ yang hadir dalam seminar ini mendapatkan hadiah utama berupa *home theatre* lengkap.

Setelah hadir kembali ke kantor staff tersebut langsung mengisi form dan melaporkan kepada komite dan direksi korporasi sebagai penerimaan hadiah. Karena biaya seminar adalah bagian dari tugas yang dibiayai oleh korporasi.

Keputusan komitee etik karena nilai hadiah tersebut melebihi ketentuan yang ada (di atas USD 200) maka hadiah tersebut diambil oleh korporasi dan disimpan. Pada saat ulang tahun korporasi semua hadiah yang didapat dan diputuskan oleh komite digunakan sabagai hadiah dalam kegiatan korporasi.

2. Sponsorship

Tiap tahun korporasi selalu melakukan peringatan ulang tahun ataupun *family gathering*. Kegiatan-kegiatan seperti ini tentunya membutuhkan dana yang tidak sedikit dan terkadang sebagai partner bisnis beberapa perusahaan rekanan baik penyedia barang atau jasa dan juga pelanggan diundang oleh korporasi.

Suatu kelaziman dalam dunia bisnis para mitra bisnis selalu ingin ikut berpartisipasi dalam kegiatan acara korporasi. Partisipasi ini tentunya dinyatakan dalam ikut menjadi sponsor acara.

Panitia acara biasanya sudah mempunyai proposal dan aturan main yang sudah disetujui oleh direksi dan juga komite etik. Untuk mengantisipasi hal-hal yang berkenaan dengan kegiatan tersebut dan menghindari adanya konflik kepentingan tentunya sudah ditegaskan dalam proposal bahwa partisipasi tidak mendapatkan kompensasi apapun kecuali hanya yang sifatnya promosi dan support yang bisa dinikmati oleh semua anggota korporasi dan keluarga. Dengan kondisi seperti ini tentu akan menegaskan bahwa korporasi mempunyai ikap yang jelas dalam penanganan *managing gift* dan menghindari terjadinya konflik kepentingan.

3. Pengumuman Antisipasi Hari Besar

Di Indonesia dengan keberagaman agama dan budaya membuat gaya hidup yang beragam pula. Kebiasaan memberikan perhatian dan silaturahmi pada saat perayaan hari besar keagamaan adalah budaya yang senantiasa dilestarikan.

Sebagai upaya *managing* bagi korporasi biasanya menjelang dan mendekati hari raya direksi dan pimpinan korporasi memasang informasi berupa iklan di surat kabar nasional, mengingatkan secara internal bagi semua anggota korporasi dan juga memberikan pengumuman bagi pada rekanan bisnis untuk **tidak memberikan** hadiah atau bingkisan bagi semua anggota korporasi.

Langkah-langkah tersebut dilakukan oleh *top management* korporasi sebagai pelaksanaan dari SOP dan aturan yang berlaku di korporasi. Dengan tindakan ini diharapkan mitra bisnis korporasi tidak ada yang coba-coba untuk melakukan pendekatan sehingga mempengaruhi obyektivitas korporasi.

Contoh-contoh lain dalam praktek *managing gift* di korporasi adalah sebagai berikut:

1. Pemberian Pinjaman Barang dari Rekanan kepada Pejabat/Pegawai Korporasi

Bayu adalah seorang pejabat senior di PT. XYZ bidang perlengkapan yang mempunyai kewenangan dalam hal pengadaan barang dan jasa. Seorang penyedia barang dan jasa yang sudah biasa melayani peralatan komputer yang digunakan oleh korporasi Anda selama dua tahun lamanya, menawarkan kepada Anda sebuah komputer secara cuma-cuma untuk digunakan di rumah.

Seiring dengan berjalannya waktu, kontraktor tersebut menjadi teman akrab Pak Bayu. Dengan menggunakan komputer pemberian tersebut, Pak Bayu banyak melakukan pekerjaan yang ditugaskan oleh perusahaan di rumah, terutama pada akhir minggu, dan komputer tersebut berguna pula untuk mengerjakan tugas-tugas kuliah Bayu. Teman kontraktor Anda itu juga menyatakan bahwa Anda dapat menggunakan komputer tersebut selama Anda membutuhkannya.

Tiga bulan lagi kontrak layanan peralatan komputer bagi korporasi akan berakhir dan Anda biasanya menjadi anggota dari kepanitiaan yang akan memutuskan perusahaan mana yang memenangkan kontrak tersebut.

Tindakan yang dilakukan oleh Pak Bayu dalam kasus ini apakah bisa dikeategorikan sebagai *gift*?

2. Penerimaan Honor sebagai Narasumber oleh Seorang Praktisi di Korporasi dalam Suatu Acara

Dalam menjalankan tugas seorang pegawai profesional bidang IT negeri sering mendapatkan penunjukan tugas menjadi pembicara untuk menjelaskan sesuatu tentang sistem dan *improvement* bagi perusahaan sejenis maupun lainnya sebagai upaya bench marking dan biasanya mendapatkan honor sejumlah uang dari panitia.

Dalam pemberian uang transpor dari panitia, apakah termasuk dalam kategori *gift*?

3. Pemberian *Cash Back* kepada Nasabah oleh Bank BUMN/BUMD

Sebuah Bank BUMN/BUMD memiliki program khusus bagi nasabah yang memiliki saldo di atas 10 juta untuk mendapatkan *cash back* serta diskon khusus apabila menggunakan kartu debit dari Bank BUMN/BUMD tersebut. Seorang karyawan korporasi yang merupakan nasabah, termasuk dalam kriteria tersebut dan mendapat *cash back* berupa uang tunai sebesar 200 ribu rupiah serta mendapatkan diskon khusus karena telah menggunakan kartu debit dari Bank BUMN/BUMD tersebut.

Apakah pemberian *cash back* kepada Penyelenggara Negara selaku nasabah pada Bank BUMN/BUMD termasuk konsep gratifikasi yang dilarang?

4. Pemberian Sumbangan/Hadiah Pernikahan Pegawai/Pejabat Korporasi pada Saat Membuat Pesta Pernikahan Anak

Apakah pemberian sumbangan pernikahan kepada Penyelenggara Negara atau pegawai negeri yang menikahkan anaknya termasuk konsep gratifikasi yang dilarang? Jika Ya, jika dalam pemberian ini terkandung vested interest dari pihak pemberi terkait dengan jabatan serta tugas dan kewajiban penyelenggara negara atau pegawai negeri sebagai penerima gift. Tidak, jika dalam pemberian ini tidak terkandung vested interest dari pihak pemberi terkait dengan jabatan serta tugas dan kewajiban sebagai pegawai korporasi sebagai penerima *gift*.

Mengapa permasalahan di atas termasuk konsep gratifikasi yang dilarang? Karena dikhawatirkan dalam pemberian ini terkandung *vested interest* dari pihak pemberi terkait dengan jabatan serta tugas dan kewajiban pegawai korporasi sebagai penerima *gift*.

5. Hadiah Karena Prestasi

Dadang adalah pegawai yang berprestasi di kantornya, tugas-tugasnya selalu dapat dikerjakan dengan baik dan tepat waktu. Sebagai bentuk penghargaan pada karyawan terhadap prestasi kerja, Departemen SDM mengadakan pemilihan karyawan terbaik yang diadakan setiap bulannya. Untuk bulan ini Dadang terpilih sebagai karyawan terbaik dan diberikan hadiah dari kantornya.

Apakah pemberian hadiah kepada karyawan karena prestasinya termasuk konsep gratifikasi yang dilarang?

Contoh-contoh lainnya pemberian hadiah yang dapat dikategorikan sebagai *gift* yang sering terjadi adalah:

1. Pemberian hadiah atau parcel kepada karyawan korporasi pada saat hari raya keagamaan, oleh mitra bisnis atau bawahannya.
2. Hadiah atau sumbangan pada saat perkawinan anak dari pejabat korporasi oleh mitra bisnis.
3. Pemberian tiket perjalanan untuk keperluan pribadi secara cuma-cuma.
4. Pemberian potongan harga khusus untuk pembelian barang dari mitra bisnis.
5. Pemberian biaya atau ongkos naik haji dari mitra bisnis.
6. Pemberian hadiah ulang tahun atau pada acara-acara pribadi lainnya dari mitra bisnis.
7. Pemberian hadiah atau souvenir kepada pejabat pada saat kunjungan kerja.
8. Pemberian hadiah atau uang sebagai ucapan terima kasih karena telah dibantu.

Berikut ini adalah contoh-contoh konkrit *managing gift* yang dilakukan oleh korporasi:

1. Contoh BNI Syariah



Contoh 4.1. Managing Gift BNI Syariah

2. Contoh Bank Indonesia



BANK INDONESIA
BANK SENTRAL REPUBLIK INDONESIA



LARANGAN MENERIMA HADIAH DALAM RANGKA HARI RAYA IDUL FITRI

Bank Indonesia berkomitmen untuk terus menjaga kode etik dan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*), termasuk saat menjelang Hari Raya Idul Fitri. Guna menghindari konflik kepentingan yang dapat memengaruhi netralitas dalam pengambilan keputusan/kebijakan bank sentral, maka seluruh jajaran Anggota Dewan Gubernur dan Pegawai Bank Indonesia memiliki komitmen penuh untuk tidak menerima ataupun meminta hadiah atau bingkisan dalam bentuk apapun dari seluruh pemangku kepentingan Bank Indonesia seperti rekanan/vendor/mitra kerja dan pihak ketiga lainnya.

Adapun bentuk pemberian yang tidak dapat diterima antara lain sebagai berikut:



Uang



Cek/Voucher



Bingkisan



Fasilitas dan Hiburan

Selain itu Anggota Dewan Gubernur, pegawai dan pihak yang dipekerjakan Bank Indonesia juga dilarang menggunakan kendaraan dinas untuk keperluan mudik.

Bagi masyarakat yang mengetahui telah terjadi pelanggaran, dapat menginformasikan melalui:

Web	: https://www.bi.go.id/wbsdi	E-mail	: wbsdi@bi.go.id
Surat	: WBS-BI, Jl. M.H. Thamrin No. 2, Jakarta 10350	SMS	: (+62) 8116 6927 24
Faks	: (+62) 21 2310 689	Telp	: (+62) 21 2981 7752

Mari dukung lingkungan kerja yang bersih dan bebas dari korupsi, kolusi serta nepotisme!




Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi:

www.bi.go.id | [BankIndonesiaChannel](#) | [BankIndonesiaOfficial](#) | [Bank Indonesia](#) | [Bank Indonesia](#)

Contoh 4.2. Managing Gift Bank Indonesia

3. Contoh ASKRINDO

		SURAT EDARAN No. : 11 /SE/DIR
Kepada Yth.	Segenap Pegawai melalui Division Head/Deputy Division Head/Area Managing Sub Area Managing Director	
Dari	Direktur Utama	
Perihal	Larangan Penerimaan Hadiah Atau Imbalan Terkait Hari Raya	

Menindaklanjuti surat Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia No. : 2974/01-E3/07/2014 tanggal 8 Juli 2014 tentang himbauan Gratifikasi Menjelang Hari Raya (copy terlampir), maka dengan ini disampaikan bahwa Manajemen PT. Askrindo melarang Pejabat dan Pegawai di lingkungan perusahaan untuk menerima hadiah berupa uang, bingkisan/pamlat, fasilitas maupun pemberian lainnya dari bawahan, rekan kerja dan/atau rekanan/pengusaha yang berhubungan dengan jabatan.

Terkait dengan hal tersebut diatas, maka ditegaskan kembali bahwa dalam rangka mendukung komitmen untuk melaksanakan Good Corporate Governance secara konsisten sesuai kebijakan perusahaan untuk menjaga reputasi perusahaan sebagai lembaga kepercayaan sebagaimana yang tertuang dalam Surat Keputusan Direksi No. : 18/KEP/DIR/1/2014 tanggal 29 Januari 2014 tentang Ketentuan Pemberian dan Penerimaan Hadiah/Condrumata dan Jamuan Bisnis/Hiburan serta Pedoman Etika Bisnis & Etika Kerja (code of conduct) PT. Askrindo (Persero) tentang Etika Tidak Menerima Hadiah Atau Imbalan Dan Jamuan Bisnis yang menyatakan bahwa dalam menjalin hubungan dengan mitra usaha, segenap insan PT. Askrindo selalu memperhatikan obyektivitas dan profesionalisme serta memperhatikan aspek kejujuran, kewajaran, dan keadilan. Untuk itu, setiap insan PT. Askrindo tidak diperkenankan melakukan hal-hal sebagai berikut :

- Meminta atau menerima uang atau yang disetarakan, hadiah atau sesuatu pemberian dalam bentuk apapun termasuk fasilitas atau jasa hiburan yang diketahui atau patut diduga pemberian itu mungkin terkait dengan jabatan atau pekerjaan sehingga menimbulkan kesan kompromi dalam pengambilan keputusan.
- Mengijinkan atau membiarkan anggota keluarga baik langsung maupun tidak langsung meminta atau menerima uang atau yang disetarakan, hadiah atau pemberian dalam bentuk apapun termasuk fasilitas dan jasa hiburan yang diketahui atau patut diduga mempunyai hubungan langsung maupun tidak langsung dengan jabatan atau pekerjaan.
- Menjanjikan peluang pekerjaan kepada mitra bisnis dengan harapan mendapatkan imbalan atau hadiah sehubungan dengan tugas dan jabatannya sebagai pengambil keputusan.
- Membiarkan diri pada keadaan yang tidak memungkinkan untuk menolak sesuatu pemberian imbalan atau hadiah dari mitra bisnis.
- Memberikan jamuan bisnis yang berlebihan atau dengan tujuan mempengaruhi pertimbangan bisnis yang tidak wajar dalam kaitan dengan perjanjian atau transaksi yang melibatkan perusahaan.

f. Menerima *[Signature]*

Perwakilan tertentu dan mempengaruhi putusan bisnis.

ang tetap memberikan hadiah berupa iniya kepada pegawai, maka agar untuk kemudian penanganannya akan ing berlaku. Apabila terdapat hal – hal kan melalui email top@askrindo.co.id.

namanya kami mengucapkan terima

Jakarta, 18 Juli 2014.

[Signature]
Antonius Chandra SN

Contoh 4.3. Managing Gift ASKRINDO

B. LATIHAN

Setelah Anda mempelajari materi yang disajikan dalam modul ini, jawablah soal-soal latihan berikut:

1. Sebutkanlah contoh-contoh lain dalam praktek yang Anda alami dalam *managing gift* di korporasi Anda!
2. Dalam melakukan antisipasi *managing gift*, upaya apa yang dilakukan oleh korporasi terutama dalam menghadapi hari besar keagamaan?
3. Jika Anda menerima hadiah, apa yang seharusnya anda lakukan jika korporasi Anda memiliki SOP yang baku?

Setelah menyelesaikan soal-soal latihan di atas, bentuklah kelompok untuk mensimulasikan dan mendiskusikan *managing gift* melalui *role play* dengan memperhatikan gambaran kasus dan alat *Test G.I.F.T* sebagai berikut:

Bagaimana Mengidentifikasi Gift yang Dianggap Suap?

Untuk memudahkan peserta memahami apakah *gift* yang diterima termasuk suatu pemberian yang dianggap suap atau tidak dianggap suap, maka ilustrasi berikut dapat membantu memperjelas. Jika seorang Ibu penjual makanan di sebuah warung memberi makanan kepada anaknya yang datang ke warung, maka itu merupakan pemberian keibuan. Pembayaran dari si anak bukan suatu yang diharapkan oleh si Ibu. Balasan yang diharapkan lebih berupa cinta kasih anak, dan berbagai macam balasan lain yang mungkin diberikan. Kemudian datang seorang pelanggan, si Ibu memberi makanan kepada pelanggan tersebut lalu menerima pembayaran sebagai balasannya. Keduanya tidak termasuk gratifikasi yang dianggap suap.

Pada saat lain, datang seorang inspektur kesehatan yang sedang inspeksi kualitas restorannya dan si Ibu memberi makanan kepada si inspektur serta menolak menerima pembayaran. Tindakan si Ibu menolak menerima pembayaran dan si Inspektur menerima makanan ini adalah gratifikasi dianggap suap karena pemberian makanan tersebut memiliki harapan bahwa inspektur itu akan menggunakan jabatannya untuk melindungi kepentingannya. Andaikan inspektur kesehatan tersebut tidak memiliki kewenang dan jabatan lagi, akankah si ibu penjual memberikan makanan tersebut secara cuma-cuma?

Test Menguji Pemberian Gift

Sebagai bagian dari pengujian yang dapat digunakan korporasi dalam *managing gift* adalah alat *test* sederhana untuk melakukan pengujian terhadap *gift* yang

diberikan pihak eksternal korporasi. Melakukan penilaian dari apa yang harus dipertimbangkan ketika memutuskan apakah akan menerima atau menolak *gift*. *Test G.I.F.T* membantu Anda untuk memahami persepsi dan maksud dari hadiah.



Gambar 4.2. Test G.I.F.T

C. RANGKUMAN

Untuk menciptakan iklim yang kondusif di korporasi berkaitan dengan pencegahan korupsi melalui pemberian hadiah maka perlu disosialisaikan dan dipahami oleh seluruh anggota korporasi praktek-praktek yang sering terjadi dalam korporasi.

Dengan makin banyaknya contoh yang diberikan oleh manajemen dalam korporasi akan makin menambah pemahaman yang utuh bagi semua anggota korporasi untuk sama-sama melakukan pencegahan.

D. EVALUASI MATERI

Setelah Anda mempelajari materi yang disajikan dalam modul ini, jawablah soal-soal evaluasi berikut:

1. Sebutkanlah contoh-contoh lain dalam praktek yang Anda alami dalam *managing gift* di korporasi Anda!
2. Dalam melakukan antisipasi *managing gift*, upaya apa yang dilakukan oleh korporasi terutama dalam menghadapi hari besar keagamaan?
3. Jika Anda menerima hadiah, apa yang seharusnya anda lakukan jika korporasi Anda memiliki SOP yang baku?

E. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT

Sejauhmana Anda dapat menyelesaikan Latihan dan Evaluasi Materi yang ada pada Bab ini? Apabila Anda telah mampu menjawab Latihan dan Evaluasi Materi pada Bab ini, berarti Anda telah menguasai materi ini dengan baik dan benar. Akan tetapi, jika Anda masih merasa ragu dengan pemahaman Anda mengenai materi yang terdapat pada Bab ini serta adanya keraguan dan kesalahan dalam menjawab Latihan dan Evaluasi Materi, maka disarankan Anda mempelajari kembali secara lebih intensif dengan membaca ulang materi dalam modul ini, membaca bahan referensi yang dipergunakan, berdiskusi dengan pengajar/fasilitator dan juga dengan sesama peserta Diklat lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. EVALUASI KEGIATAN BELAJAR

Dalam mengikuti kegiatan pembelajaran Modul ***Managing Gift*** ini, peserta Diklat diharapkan mengerjakan soal-soal evaluasi kegiatan belajar untuk mengukur tercapainya tujuan pembelajaran.

Soal-soal evaluasi dapat diberikan kepada peserta Diklat sebelum (*pre-test*) dan setelah (*post-test*) mempelajari materi yang disajikan dalam modul ini. *Pre-test* dijadikan sebagai *baseline*, sedangkan *post-test* bertujuan untuk mengukur peningkatan kemampuan pembelajaran peserta.

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang Anda pilih:

1. Menciptakan tata kelola pemerintahan yang bersih adalah salah satu program kerja Kabinet Kerja yang terdapat dalam:
 - a. Nawacita.
 - b. Tap MPR.
 - c. APBN.
 - d. SK Menteri.
2. Pemberantasan korupsi merupakan salah satu program pemerintah dalam pelaksanaan pembangunan, siapakah yang harus berperan dalam kegiatan ini?
 - a. KPK.
 - b. Polisi.
 - c. Jaksa.
 - d. Seluruh Elemen Bangsa.
3. Apabila Anda adalah penyelenggara Negara, apakah Anda boleh menerima gratifikasi yang diberikan kepada Anda?

- a. Boleh.
 - b. Tidak Boleh.
 - c. Diterima dengan melaporkan kepada Atasan.
 - d. Disumbangkan.
4. Apakah pemberian hadiah kepada karyawan korporasi yang sudah menerapkan Kode Etik Bisnis dianggap sebagai perbuatan bertentangan dengan ketentuan?
- a. Ya.
 - b. Tidak.
5. Apakah pemberian hadiah yang bertujuan untuk mempercepat proses dan mendapatkan imbalan dari suatu hubungan bisnis dianggap sebagai suap?
- a. Ya.
 - b. Tidak.
6. Menurut Anda, melakukan pemberian *gift* bagi suatu korporasi yang sedang melakukan bisnis adalah tindakan yang dibenarkan?
- a. Benar.
 - b. Salah.
7. Di bawah ini adalah prinsip-prinsip yang digunakan dalam *managing gift*, kecuali:
- a. Transparan.
 - b. Akuntabilitas.
 - c. Independensi.
 - d. Pelaporan Hadiah.
8. Dalam hal terjadi penyuaian pada korporasi Anda yang sudah diatur dalam Kode Etik Perusahaan, kepada siapakah Anda mengadukan kejadian tersebut?
- a. KPK.
 - b. Polisi.
 - c. Jaksa.
 - d. Komite Etik atau Direksi.
9. Apakah yang dimaksud dengan *gift* menurut pemahaman Anda?
- a. Hadiah atau pemberian dalam arti luas.
 - b. Hadiah cuma-cuma.

- c. Hasil undian.
- d. Salah semua.

10. Jika rekan Anda di kantor merayakan ulang tahun dan mendapatkan bingkisan dari atasan langsungnya, bagaimana menurut pendapat Anda terhadap bingkisan tersebut?

- a. Sebagai Suap.
- b. Sebagai hadiah biasa dan diperbolehkan.
- c. Sebagai hadiah yang harus dilaporkan.
- d. Semua benar.

B. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT

Pemahaman peserta Diklat terhadap keseluruhan konten materi modul dinilai berdasarkan jawaban-jawaban yang diberikan terhadap soal-soal evaluasi kegiatan belajar dalam modul. Penilaian mengacu pada kategori sebagai berikut:

Rentang Nilai Jawaban yang Benar	Kategori	Keterangan
90,1 - 100	A	Sangat Baik
80,1 - 90	B	Baik
< 80	C	Cukup

Dengan rumus penentuan nilai sebagai berikut:

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100$$

Apabila memperoleh nilai A dan B, maka peserta Diklat dapat melanjutkan kegiatan pembelajaran ke modul berikutnya.

Sedangkan peserta Diklat yang mendapatkan nilai C disarankan untuk melakukan hal-hal berikut:

- 1) Membaca ulang materi modul.
- 2) Memperkaya pemahaman dengan mempelajari referensi yang tertera pada daftar pustaka dalam modul.
- 3) Mendiskusikan dengan instruktur/fasilitator dan juga dengan sesama peserta Diklat lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Best Practice – Code of Conduct Beberapa Perusahaan.
Code of Conduct, PT Astra International Tbk.
Buku Saku Memahami Gratifikasi – KPK 2014.
Jurnal Business Ethics Briefing, IBE (Institute of Business Ethic) November 2012.
Managing Gifts and Benefits – NSW Auditor General Report -2013.
Managing Gifts and Benefits Policy and Procedure – Oct-2015.
Panduan Pengendalian Gratifikasi, PT Waskita Karya (Persero) Tbk.
Pedoman Pengendalian Gratifikasi – KPK 2015.

Peraturan Perundang-undangan:

Pedoman Penanganan Gratifikasi – KPK.
Peraturan Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia Nomor 01 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Komisi Pemberantasan Korupsi.
Rencana Strategis Komisi Pemberantasan Korupsi 2015-2018.
Undang Nomor 31 Tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2001 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.
Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.

Laman:

<http://www.bnisyariah.co.id/himbauan-tidak-menerima-bingkisan-dalam-bentuk-apapun>.
http://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Documents/Larangan_Menerima_Parcel_BI.jpg.
<https://askrindo.co.id/new/files/data/uu/11011.pdf>.
<http://www.jasamarga.com/gcg/Pedoman%20Etika%20dan%20perilaku-Coc.pdf>.

DAFTAR ISTILAH

Benturan Kepentingan (<i>Conflict of Interest</i>)	: Situasi atau kondisi yang memungkinkan organ anggota korporasi memanfaatkan kedudukan dan wewenang yang dimilikinya dalam korporasi untuk kepentingan pribadi, keluarga atau golongan, sehingga tugas yang diamanatkan tidak dapat dilakukan secara obyektif.
Direksi	: Keseluruhan Anggota Direksi sebagai satu kesatuan Dewan (<i>Board</i>) dalam suatu korporasi.
Etika	: Sistem nilai atau norma yang diyakini oleh seluruh insan anggota korporasi sebagai suatu standar perilaku.
Etika Kerja	Sistem nilai atau norma yang dianut oleh setiap Pimpinan dan Karyawan korporasi dalam melaksanakan tugasnya termasuk etika hubungan antar Karyawan dan Perusahaan.
Karyawan	: Orang yang terikat hubungan kerja dengan korporasi serta telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dengan perundang-undangan dan peraturan korporasi.
Korporasi	: Badan usaha/organisasi swasta yang tujuan pendiriannya adalah untuk kepentingan bisnis dan mendapatkan keuntungan.
<i>Managing Gift</i>	: Tindakan pemberian yang dilakukan oleh pihak-pihak yang sedang melakukan hubungan bisnis yang tentunya akan mempengaruhi keputusan atau untuk memberikan bantuan yang memajukan kepentingan si pemberi, baik sekarang maupun di masa yang akan datang.
Pedoman Etika dan Perilaku (<i>Code of Conduct</i>)	: Sistem nilai atau norma yang dianut oleh setiap korporasi melaksanakan tugasnya yang di dalamnya memuat etika bisnis dan perilaku seluruh <i>stakeholder</i> korporasi dalam mencapai tujuan, visi dan misi korporasi termasuk etika hubungan antara korporasi dengan karyawan, pelanggan, pemegang saham, pemasok, kreditur, dan pemerintah.

- Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*) : Setiap pihak yang memiliki kepentingan baik secara langsung maupun tidak langsung baik finansial maupun non finansial terhadap korporasi dan memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kelangsungan hidup korporasi, termasuk didalamnya Pemegang Saham, Karyawan, Pemerintah, Pelanggan, Pemasok, Kreditur dan Masyarakat serta pihak berkepentingan lainnya.
- Penyelenggara Negara : Pejabat Negara yang menjalankan fungsi eksekutif, legislatif, atau yudikatif dan pejabat lain yang fungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 1 angka (1) UU Nomor 28 Tahun 1999).
- Sumbangan : Hadiah yang diberikan oleh seseorang atau badan hukum, biasanya untuk tujuan amal dan/atau mendapatkan manfaat. Sumbangan dapat diterima dalam berbagai bentuk, termasuk uang tunai, jasa, barang baru atau bekas termasuk pakaian, mainan, makanan, dan lainnya.
- Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*) : Suatu proses tata kelola korporasi yang digunakan oleh korporasi untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas korporasi guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika.



Komisi Pemberantasan Korupsi

Direktorat Pendidikan dan Pelayanan Masyarakat

Gedung Dwiwarna KPK

Jl. Kuningan Persada Kav. 4, Jakarta Selatan 12920