

---

## PELANGGARAN ETIKA BISNIS MENJUAL PRODUK BERSEGMENTASI KHUSUS DI MINIMARKET

Niko Dwi Haryanto<sup>1</sup>

Ervina Islamiati<sup>2</sup>

Andini Mareta<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Politeknik STIA LAN Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>Politeknik STIA LAN Bandung, Indonesia

<sup>3</sup>Politeknik STIA LAN Bandung, Indonesia

Informasi korespondensi: [nikodwih@gmail.com](mailto:nikodwih@gmail.com)

### ABSTRAK

Etika bisnis didefinisikan sebagai kebiasaan baik dan pentingnya kebutuhan etika dalam bisnis tidak bisa diabaikan, prinsip etika bisnis mencakup pelaku bisnis mulai dari proses perencanaan sampai dengan pengawasan. Pelanggaran etika bisnis dalam menjual produk bersegmentasi khusus di *minimarket* tentu dapat membentuk citra yang buruk. Studi ini menganalisis penyebab adanya pelanggaran etika bisnis dalam menjual produk bersegmentasi khusus di *minimarket*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan literatur dan observasi sebagai sumber referensi. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggaran bisnis pada konteks ini harus diperbaiki dengan adanya prosedur, peran pemerintah atau badan yang berwenang dan peran masyarakat dalam melaporkan adanya pelanggaran etika bisnis tersebut untuk meminimalisir pelanggaran etika yang harus terjadi. Kesimpulan pada penelitian ini adalah tidak hanya sistem yang perlu diperbaiki, tetapi budaya dari manajemen *minimarket* itu sendiri yang harus memulai terlebih dahulu.

**Kata Kunci :** Etika Bisnis, Segmentasi Khusus, *Minimarket*, Budaya, Masyarakat

## PENDAHULUAN

Etika mempunyai arti kebiasaan yang baik, hal ini didasarkan pada tindakan-tindakan yang dianggap sesuai dengan nilai dan norma yang dipegang oleh masyarakat, serta dianggap baik dan benar. Tujuan dari etika ini, pertama etika bisa digunakan sebagai alat dalam pengambilan sikap saat terjadinya konflik nilai, kedua etika bisa membantu dalam pengambilan sikap ditengah tranformasi disemua aspek kehidupan, ketiga etika membantu dalam berpikir kritis terhadap adanya berbagai ideologi dan terakhir etika digunakan dalam pembentukan karakter yang bisa dipertanggungjawabkan (Yosephus, 2010).

Salah satu pencabangan dari etika yaitu etika didalam ruang lingkup bisnis, atau biasa disebut sebagai etika bisnis. Pertama bisnis mempunyai proses kegiatan yang banyak didalamnya dan penjualan termasuk kedalam cakupan bisnis, sehingga prinsip yang dipakai menggunakan prinsip etika bisnis yang terdiri dari otonomi yaitu pelaku bisnis bebas mempunyai kendali atas perencanaan sampai dengan pengawasan kegiatan bisnisnya, dan berorientasi pada kemakmuran serta kesejahteraan pegawai dan komunitasnya. Adanya penerapan etika bisnis menjadikan investasi jangka panjang (Aswand, 2018). Kedua adanya prinsip kesatuan yaitu perpaduan antara segala aspek, baik itu politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum dan lingkungan secara menyeluruh dengan konsisten dan teratur.

Ketiga, adanya prinsip kehendak bebas yaitu kemampuan seseorang dalam berkarya dan mengoptimalkan potensinya tanpa merugikan kepentingan kolektif. Setelahnya, keempat adanya prinsip kebenaran yaitu kemampuan dalam kebaikan dan kejujuran, mulai dari sebelum, berlangsung, dan setelah proses bisnis tersebut. Kelima, adanya prinsip keadilan yaitu mengandung kesamaan dan seimbang terhadap semua orang yang terlibat. Setelahnya, keenam adanya prinsip hormat pada diri sendiri yaitu perlunya menjaga citra diri yang ditampilkan dan benar adanya sesuai dengan kebaikan dan kejujuran. Terakhir adanya prinsip tanggungjawab yaitu mempertimbangkan apapun yang dilakukan dengan segala kewajibannya (Ramzi, 2020).

Terdapat beberapa alasan mengapa etika itu sangat diperlukan dalam bisnis, pertama etika adalah suatu hal yang diharapkan oleh kepentingan sosial dalam masyarakat, pelaku bisnis sebaiknya menghindari terjadi adanya konflik dengan masyarakat. Kedua, etika memberikan dukungan terhadap kestabilan dan keberlangsungan dalam jangka panjang pada bisnis, pelaku bisnis yang cenderung tidak memperhatikan kepentingan lingkungannya, maka akan kesulitan dalam jangka waktu tertentu. Ketiga, pelaku bisnis termasuk dalam bagian dari komunitas yang ada pada masyarakat, dan juga mempunyai tanggungjawab sosial, sehingga pasti terlibat dalam kegiatan masyarakat, pencapaian tujuan serta keinginan masyarakat disekitarnya. Terakhir, tenaga penjual merupakan perwakilan dari pelaku bisnis dan dianggap bisa mempengaruhi citra yang dibentuk pelaku bisnis dimata masyarakat, tentunya juga akan mempengaruhi penilaian pelanggan dan penawaran pada produk yang dijual.

Etika bisnis bertujuan dalam mendidik para pelaku bisnis tentang perilaku etis yang memberikan pedoman untuk menjalankan bisnis dengan menguntungkan semua pihak yang terlibat daripada merugikan (Anggun dan Taufik, 2022), hubungan yang baik dan buruk didalam hubungan sosial ini dinamakan sistem etika (Mashudi, 2018). Tingkat persaingan

yang ketat juga harus mempertimbangkan etika (Inayah, 2021), budaya organisasi yang kuat akan bisa mempengaruhi setiap anggotanya (Monalisas, 2019), budaya yang mendukung adanya etika akan menciptakan operasional pelaku bisnis yang aman.

Banyaknya pelanggaran etika bisnis perlu untuk diperbaiki, salah satu pelanggaran etika bisnis yang sering terjadi yaitu pegawai *minimarket* seringkali menyamakan produk bersegmentasi khusus dengan barang lainnya, padahal produk bersegmentasi khusus ini memerlukan perhatian yang berbeda. Produk bersegmentasi khusus ini yaitu rokok dan alat kontrasepsi. Pegawai seringkali menempatkannya pada rak terbuka dan menjual begitu saja kepada semua orang, hal ini jelas pelanggaran etika bisnis, karena tidak sesuai dengan prinsip dan urgensi etika bisnis, bahwa pihak manajemen hanya tertuju pada keuntungan semata dan mengabaikan tanggungjawab sosial dari proses bisnis yang dilakukannya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deksriptif kualitatif dengan menggunakan sumber acuan studi literatur, baik itu bersumber dari skripsi, tesis, buku dan artikel ilmiah yang didapat dari jurnal yang berkaitan dengan etika bisnis, serta juga bersumber pada observasi di *minimarket-minimarket* terdekat dengan memperhatikan hal-hal terkait proses penjualan kepada konsumen. Penelitian ini menganalisis penyebab adanya pelanggaran etika bisnis berdasarkan prinsip-prinsip dari etika bisnis itu sendiri, hal ini mulai dari pihak manajemen, tenaga penjual, budaya, badan yang berwenang dan masyarakat.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Produk bersegmentasi khusus perlu membutuhkan perhatian yang berbeda dengan produk lainnya, produk ini misalnya rokok dan alat kontrasepsi. Banyak terjadi pelanggaran etika bisnis penjualan produk rokok dan alat kontrasepsi di *minimarket*, produk-produk itu ditampilkan dirak kaca dan berada didekat kasir, seringkali juga pegawai menjual kepada semua orang yang memintanya tanpa menanyakan apapun dan langsung memberikannya.

Tentu saja pelanggaran etika bisnis ini harus diperbaiki, apabila dibiarkan saja artinya pihak manajemen tidak menyadari dampak buruk seperti apa yang diberikan kepada masyarakat, anak-anak dibawah umur akan menganggap bahwa membeli produk rokok dan alat kontrasepsi adalah hal yang lumrah, dikarenakan kemudahan akses dalam membelinya. Pelanggaran etika bisnis ini juga akan berbahaya, apabila pegawai memberikan begitu saja produk rokok kepada konsumen yang saat itu dalam keadaan hamil, hal itu akan membahayakan bagi ibu dan janinnya tersebut.

Pelanggaran etika bisnis ini terjadi dikarenakan pihak manajemen *minimarket* yang hanya tertuju pada aspek keuntungan semata, dan mengabaikan kepentingan-kepentingan sosial dilingkungan masyarakat, terlebih pihak manajemen *minimarket* tidak menyadari, bahwa *minimarket* juga bagian dari komunitas masyarakat yang seharusnya memikirkan bagaimana citra dirinya, hal-hal yang didasarkan pada kebaikan dan kebenaran yang dijalankannya, bukan hanya tentang keuntungan semata.

Prosedur yang perlu dijalankan oleh *minimarket*, bagi penjualan rokok seharusnya dijual dirak tertutup dan dilayani langsung oleh pegawai, dijual dirak khusus yang tidak bisa dijangkau oleh konsumen dan tidak berada langsung didepan mata, pegawai dilarang menjual kepada anak dibawah umur (kurang dari 21 tahun), hal ini bisa dilakukan dengan meminta kartu identitas pembeli, ataupun kartu-kartu lainnya yang memuat informasi tentang usia dan juga pegawai dilarang menjual kepada konsumen dengan keadaan-keadaan tertentu misalnya saat konsumen dalam keadaan hamil, pegawai juga harus menjual kepada orang yang bersangkutan dan tidak boleh melakukan pembelian titipan. Sedangkan bagi penjualan alat kontrasepsi, hampir sama seperti penjualan pada rokok, hanya saja yang membedakan disini terdapat tambahan, *minimarket* tidak diperkenankan menjual alat kontrasepsi dalam bentuk paket yang berisi dengan barang lainnya, serta tanpa adanya izin dari pembeli.

Diharapkan apabila pihak manajemen *minimarket* bisa menerapkan prosedur-prosedur diatas, kemungkinan *minimarket* bisa mengurangi atau menghilangkan potensi adanya pelanggaran etika bisnis penjualan pada rokok dan alat kontrasepsi, disamping itu perlu juga adanya peran dari pemerintah daerah, atau pemerintah pusat yang memberlakukan sanksi bagi pelanggaran etika bisnis yang terjadi di *minimarket*. Sanksi yang diberikan bisa berupa pemberhentian operasi sementara *minimarket* sampai dengan yang terberat yaitu penangguhan izin usaha saat ditemukan adanya pelanggaran etika bisnis ini.

Masyarakat juga bisa melakukan pengawasan dan melaporkannya kepada pemerintah atau badan terkait yang berwenang terhadap pelanggaran etika bisnis ini, sehingga akan tercipta budaya baik agar banyak *minimarket* lainnya juga menerapkan prosedur-prosedur tersebut dan pihak manajemen *minimarket* bisa memikirkan citra yang dibentuknya. Tidak adanya prosedur, sanksi dan budaya yang baik menyebabkan banyaknya *minimarket* yang masih saja melakukan pelanggaran etika bisnis ini, oleh sebab itu dimulainya prosedur, sanksi dan budaya ini harus segera dilakukan untuk menciptakan iklim yang baik bagi kalangan masyarakat.

Tidak dipungkiri juga peran pemerintah atau badan yang berwenang sangat besar, tidak adanya sanksi membuat pelanggaran etika bisnis ini terus dilakukan, sehingga pihak manajemen *minimarket* melihat celah itu dan menganggap bahwa hal ini normal saja dilakukan, padahal hal itu ada pada prinsip kebenaran dari etika, prosep bisnis harus dilakukan dengan kebaikan dan kejujuran mulai dari sebelum, berlangsung sampai dengan setelah proses bisnis itu, ini jelas melanggar etika bisnis, karena mengabaikan kebaikan dan kejujuran disalah satu proses bisnisnya.

Tanpa adanya peran dari pemerintah yang melihat pelanggaran etika ini perlu diperbaiki, maka akan terus bermunculan praktik pelanggaran etika di *minimarket*, bahkan bukan hanya diruang lingkup *minimarket* saja, ada banyak dari pelaku bisnis yang merasa tidak diawasi, jadi bebas melakukan apapun tanpa memikirkan, bahwa apa yang dilakukannya bersebrangan dengan nilai-nilai dari etika bisnis, pelanggaran etika ini masih saja dilakukan, sedangkan pegawai yang melayani pelanggan secara langsung hanya mengikuti arahan dari pihak manajemen, diluar itu akan dianggap pembangkang dan mendapatkan peringatan

nantinya, jadi pegawai ini tidak bisa melakukan apapun selain mengikuti peraturan dan perintah dari pihak manajemen.

Bukan hanya sistem yang perlu diperbaiki, sebagai apapun sistemnya kalau budayanya tidak ingin berubah, maka tidak akan ada perubahan yang berarti, hal ini harus dimulai dari pihak manajemen *minimarket* yang mulai membudayakan etika bisnis penjualan rokok dan alat kontrasepsi sesuai prosedur diatas, seiring berjalannya waktu akan tercipta iklim yang saling mendukung antara *minimarket*, pemerintah dan masyarakat. Setiap pihak manajemen *minimarket* juga perlu menanamkan pemikiran, bahwa ada juga tanggungjawab sosial yang mengiringinya disetiap proses bisnisnya.

## KESIMPULAN

Melalui pembahasan diatas, didapatkan simpulan bahwa produk bersegmentasi khusus seperti rokok dan alat kontrasepsi perlu membutuhkan perhatian berbeda dengan produk lainnya, hal ini menyebabkan adanya pelanggaran etika bisnis, seringkali pegawai menjual semua orang yang memintanya tanpa menanyakan apapun dan langsung memberikannya, dikarenakan pihak manajemen *minimarket* hanya tertuju pada keuntungan dan mengabaikan tanggungjawab sosial.

Pihak manajemen perlu menerapkan prosedur seperti tidak menampilkan rokok dan alat kontrasepsi dirak terbuka dan harus dilayani langsung oleh pegawai, dilarang juga pegawai menjual kepada anak dibawah umur dengan meminta kartu identitas, dan juga pegawai dilarang menjual kepada konsumen dengan keadaan tertentu misalnya hamil. tidak diperkenankan juga menjual alat kontrasepsi berbentuk paket yang berisi dengan barang lainnya tanpa adanya izin dari pembeli.

Tidak ada prosedur dalam memperbaiki pelanggaran etika bisnis ini, pemerintah atau badan yang berwenang dan iklim yang tidak mendukung seperti masyarakat yang bisa melaporkannya membuat pelanggaran etika bisnis ini terus terjadi, hal yang perlu diperbaiki bukan hanya dari sistem, melainkan juga budaya pada pihak manajemen *minimarket* yang harusnya menyadari bahwa dirinya termasuk bagian dari komunitas dan ada tanggungjawab sosial yang mengiringinya disetiap proses bisnisnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkahfi, Muhammad Andre & Nawawi, Zuhrinal M. (2022). Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. *Jurnal Visions and ideas*, vol 3, no 2, 2022.
- Durin, Ramzi. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika dalam Bisnis. *Jurnal Valuta*, vol 6, no 1, 2020, pp 32-40.
- Elfina Lebrine, S. (2010). Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kejahatan Korporasi dalam Lingkup Kejahatan Bisnis. *Jurnal Laboratorium Hukum Pidana Universitas Surabaya*, Hal, 63.
- Hasoloan, Aswand. (2018). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta Edisi* : 57, 2018.

- Inayah, L. L. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Budaya Kerja Karyawan di BMT UAS Senori Kabupaten Tuban. *Journal of Islamic Banking*, 2(1), 96–129
- Maharani, A. M., & Sulistyowati, R. (2020). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Penerapan Sistem Pengendalian Internal Dan Implikasinya Pada Integritas UKM Di Bojonegoro. *Artikel Akuntansi, Auditing Dan Keuangan Vokasi*, 04(02), 157–172
- Mashudi. (2018). Perilaku Dan Budaya Konsumen Madura Dalam Dinamika Etika Bisnis Syariah. *Al-Insiyroh: Jurnal Studi Keislaman*, Vol 2, No 1, pp 145–161. <https://doi.org/10.35309/alinsiyroh.v2i2.3326>
- Monalisa, C. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Inspektorat Kabupaten Konawe Utara. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 18–29
- Pratiwi, Anggun Adelia & Kurniawan, Taufik. (2022). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Maspion. *Sinomika Journal*, vol 1, no 2, 2022.
- Yosephus, L. Sinuor. (2010). *Etika Bisnis (Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer)*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.