



+62 878-9658-6407

087896586407

<https://dinastirev.org/JEMSI>[editor@dinastirev.org](mailto:editor@dinastirev.org)

## ETIKA BISNIS (*BUSINESS ETHIC*) PADA PT. TN JAKARTA

**Silvia Ersah Rahmadania**

Universitas Mercu Buana, Jakarta - Indonesia

### ARTICLE INFORMATION

Received: 5 April 2020

Revised: 15 April 2020

Issued: 1 Mei 2020

Corresponding author: **Silvia Ersah Rahmadania**

E-mail:

[silviaersa.ser@gmail.com](mailto:silviaersa.ser@gmail.com)



DOI:10.31933/JEMSI

**Abstrak:** Tujuan penulis membuat artikel ini adalah untuk memberikan informasi mengenai etika bisnis pada perusahaan yang bergerak pada bidang retail. Etika dapat diartikan sebagai suatu perilaku yang baik atau tidak yang berada dalam suatu lingkungan tertentu. Didalam berbisnis tentunya harus memiliki etika yang harus dipenuhi oleh perusahaan untuk memajukan atau membesarkan bisnis yang dimiliki. Etika bisnis mampu memperlihatkan suatu nilai moral, norma dan perilaku karyawan serta perusahaan. Membangun sebuah hubungan yang harmonis, kompak dan dapat bekerjasama dengan antar karyawan atasan dan pelanggan tentu menjadi moral yang baik sebagaimana penerapan prinsip etika bisnis pada PT. TN. Dimana dalam membuat bisnis tidak hanya sekedar bertujuan untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi dilihat dalam jangka panjang harus mampu memberi kepuasan dengan mengutamakan hak para konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif agar dapat mendapatkan informasi dengan baik dan cermat untuk memahami konsep etika bisnis pada PT. TN.

**Kata Kunci:** Etika bisnis, Perusahaan

### PENDAHULUAN

Dengan melihat perkembangan yang ada pada dunia bisnis yang berja;an begitu cepat dan sangat dinamis di era saat ini tetu harus diimbangi dengan aturan atau nilai moral dan norma yang dapat mengatur kegiatan dalam proses bisnis itu sendiri. Sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang jasa distributor harus memperhatikan bagaimana dapat melakukan bisnisnya dengan baik, lancar, dan berkesinambungan. Apalagi tidak sedikit perusahaan yang memiliki jasa sebagai distributor apalagi dalam era modern seperti saat ini didukung melalui teknologi yang semakin canggih. Hal tersebut tentu lebih mempermudah sistem jual beli yang dilakukan, karena penjual akan semakin mudah dalam memasarkan produk barang maupun jasa yang dimiliki, begitupun sebaliknya para pembeli atau konsumen akan semakin mudah untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan tanpa harus keluar rumah dan mencari ke pasar ataupun toko yang dituju.

Dengan demikian perusahaan tentunya dituntut untuk mampu berkembang dan bertahan menjadi yang lebih baik lagi dalam mengelola manajemen yang dimilikinya dan lebih *update* untuk mengikuti era modern sekarang ini, selain itu tentu harus memiliki etika bisnis yang baik karena etika bisnis sangat diperlukan dalam rangka memperoleh tujuan bisnis yang diinginkan perusahaan dan agar dapat memberikan pelayanan prima kepada pelanggan demi menciptakan loyalitas pelanggan.

PT. TN telah berdiri sejak tahun 1977 sebagai perusahaan swasta nasional dibawah hukum Republik Indonesia. PT. TN adalah distributor untuk beragam peralatan kantor dan ritel, perusahaan tersebut juga sebagai perusahaan tunggal mesin fotocopy untuk pasar Indonesia. PT. TN telah memperluas dan mengembangkan bisnisnya sebagai perusahaan yang menyediakan peralatan ritel dan kantor. PT. TN menyediakan solusi kantor dan ritel untuk meningkatkan produktifitas perusahaan dan merupakan *exclusive* distributor resmi dari merek-merek Sharp, MFP, DIGI, GBC dan Lexmark. Perusahaan ini telah memiliki pengalaman lebih dari 38 tahun dalam usaha ritel dan alat kantor, selain itu juga telah menguasai jaringan penjualan dan *service* yang kuat untuk seluruh wilayah Indonesia. Akhir-akhir ini terjadi kemajuan pesat pada area teknologi informasi dan komunikasi. Ditambah dengan meluasnya lingkungan bisnis dan sangat menantang pada beberapa tahun terakhir, sehingga membuat perusahaan menyadari bahwa harus melakukan inovasi untuk menjadi lebih kompetitif dan bertahan.

Arah bisnis PT. TN adalah untuk memberikan solusi ritel dan kantor yang inovatif dalam membantu perusahaan untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas mereka. Visi dari perusahaan tersebut merupakan gambaran yang akan dikembangkan dan direncanakan akan tercapai pada tahun mendatang, adapun visi tersebut adalah menjadi perusahaan penyedia perangkat dan solusi bisnis otomasi terbuka. Menjadi bukan berarti saat ini perusahaan belum mencapai tujuan tersebut, gambaran ini merupakan pemersatu arah dan sasaran kerja perusahaan yang melibatkan seluruh karyawan dan manajemen dalam usahanya menciptakan perusahaan terkemuka dalam penyediaan perangkat dan solusi bisnis otomasi.

Untuk dapat mewujudkan tujuan dan keinginan perusahaan tentunya harus memiliki visi dan misi, dengan memiliki visi yang sesuai kriteria yang diinginkan oleh perusahaan tentunya perusahaan harus memiliki etika bisnis. Menurut Arief (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa etika dapat diartikan sebagai kebiasaan yang terjadi disuatu lingkungan dan waktu tertentu. Dalam berbisnis juga terdapat etika-etika yang harus dipenuhi oleh perusahaan sebagai sarana untuk menjalankan visi misi perusahaan.

Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi hal yang teramat penting pada abad ini (Shuler dan Jackson dalam Sinambela, 2016). Mengingat SDM menjadi sentral dalam pencapaian tujuan organisasi. Untuk itu seorang manajer atau pimpinan harus menunjukkan tingkah laku yang baik, sopan santun, tolong menolong, tenggang rasa dan saling menghormati juga menghargai satu sama lain agar dapat menjadi panduan dalam bertindak dan berperilaku dalam menjalankan tugas serta tanggung jawab masing-masing. Hal tersebut tentunya akan berdampak pada apa yang akan diperoleh perusahaan dalam proses mencapai tujuan yang diinginkan.

## KAJIAN PUSTAKA

Menurut Keraf (2005) etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya *ta etha* berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”. Etika (*ethics*) adalah keyakinan tentang tindakan yang benar dan salah, atau tindakan yang baik dan buruk. Etika bisnis merupakan standar nilai yang menjadi pedoman atau acuan manajer dan segenap karyawan dalam pengambilan keputusan dan mengoperasikan bisnis yang etik (Ali, 2018). Sedangkan Menurut Kasmir (2016) etika sering disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku

manusia dengan masyarakat, etika bisnis merupakan etika atau norma-norma yang diberlakukan oleh pimpinan terhadap berbagai pihak memiliki tujuan-tujuan tertentu.

Berdasarkan definisi diatas disimpulkan bahwa Etika dapat diartikan sebagai suatu perilaku yang baik atau tidak yang berada dalam suatu lingkungan tertentu. Didalam berbisnis tentunya harus memiliki etika yang harus dipenuhi oleh perusahaan untuk memajukan atau membesarkan bisnis yang dimiliki. Mengapa harus memiliki etika dalam melakukan bisnis? Karena bisnis merupakan suatu kegiatan yang dibuat untuk mencapai tujuan tertentu dan melibatkan berbagai pihak.

Untuk dapat meningkatkan adanya kesadaran moral dan membentuk batasan bagi para pebisnis dalam menjalankan bisnis yang baik dan benar merupakan tujuan dari etika bisnis. Dengan manfaat untuk dapat menciptakan kepercayaan dan loyalitas konsumen, selanjutnya akan memperoleh perluasan jangkauan melalui rekomendasi dari konsumen tersebut mengenai produk yang pernah digunakan. Adanya rekomendasi yang diberikan konsumen tentu mencerminkan citra perusahaan yang baik bagi konsumen, brand image yang baik tentu akan lebih dikenal masyarakat dan akan berdampak pada penjualan untuk lebih meningkat. Peningkatan penjualan juga akan dapat memotivasi karyawan dan akan membuat karyawan lebih bersemangat untuk menghasilkan kinerja yang efektif dan efisien.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis**

Menurut Hanafi (2019) etika bisnis dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- 1) Keluarga
- 2) Situasi
- 3) Nilai moral dan agama
- 4) Pengalaman
- 5) Teman

Pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut membuat manajer memahami baik buruknya sesuatu dan memahami kenapa seseorang berbuat tindakan tertentu (baik yang etis maupun yang tidak etis).

Etika dalam organisasi bisa dikelompokkan ke dalam beberapa wilayah, yaitu:

- 1) Hubungan organisasi dengan karyawan,
- 2) Hubungan karyawan dengan organisasi,
- 3) Hubungan organisasi dengan pihak luar.
- 4) Beberapa keputusan masuk ke dalam satu atau beberapa wilayah tersebut.

Menciptakan etika bisnis, memiliki beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti: pengendalian dalam diri, bersaing dengan cara yang sehat, pengembangan tanggung jawab sosial, menerapkan konsep pembangunan secara berkelanjutan, bersikap jujur dan tidak bersikao yang kurang etis dan sebagainya (Nugroho & Arijanto, 2015).

Menurut Aarker (2013) dalam menciptakan visi yang strategis diperlukan rancangan strategi yang digunakan untuk menciptakan, mengubah, serta mempertahankan strategi bisnis dalam manajemen. Dikarenakan masih banyak hal-hal yang perlu dilakukan dalam mengembangkan strategi, diantaranya adalah dengan memastikan bahwa strategitersebut tetap layak dengan keadaan pasar yang telah berubah terhadap peluang yang ada, memastikan bahwa organisasi mampu mengembangkan dan mempertahankan yang nantinya strategi tersebut dapat berhasil, dan menerapkan strategi dengan fokus sehingga tidak akan terjadi kegagalan. Umumnya, bisnis yang baik tentu memiliki prinsip atau norma-norma yang baik dengan saling keterkaitan dengan sistem atau nilai yang dianut pada kehidupan masyarakat.

Prinsip-prinsip yang ada dalam etika bisnis Menurut Keraf dalam Arijanto (2014) yaitu sebagai berikut:

- 1) Prinsip otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia dalam mengambil keputusan serta bertindak menurut kesadarannya tentang hal yang dianggapnya baik untuk dilakukan.

- 2) Prinsip kejujuran, terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis harus dilakukan dengan didasarkan kejujuran. Jika tidak maka tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil.
- 3) Prinsip keadilan, bersikap adil dan mewajibkan untuk bersikap secara sama sesudah dengan aturan dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan.
- 4) Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*), menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.
- 5) Prinsip integritas moral, terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan atau orang-orangnya maupun perusahaan.

Pengertian etika dan moralitas secara harfiah sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitutionalisasi dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang terulang dalam jangka waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan (Keraf dalam Murdanil, 2019).

Pada dasarnya terdapat tiga pendekatan dasar yang merumuskan tingkah laku didalam etika berbisnis (Arief, 2019) dalam penelitiannya menjelaskan sebagai berikut:

- 1) *Utilitarian Approach*: setiap tindakan yang didasarkan pada konsekuensinya atau tujuannya. Didalam bertindak seseorang akan mengikuti cara-cara yang dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya yang rendah kepada masyarakat.
- 2) *Individual Rights Approach*: setiap orang memiliki hak dasar dalam melakukan suatu tindakan, dengan demikian harus dihormati dan dihargai. Namun juga harus dihindari jika didalam melakukan suatu tindakan akan terbentur dengan hak orang lain.
- 3) *Justice Approach*: setiap orang yang membuat keputusan memiliki kedudukan yang sama, juga bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara individu maupun secara berkelompok.

### **Etika Bisnis: Suatu Kerangka Global**

Melakukan bisnis tentu akan ada masalah yang dihadapi, berikut ini menjelaskan apa saja masalah didalam menerapkan etika didalam bisnis diklasifikasikan berdasarkan lima kategori Menurut Komonaung (2007), yaitu:

1. Suap (*Bribery*) adalah tindakan yang berupa menawarkan, membeli, menerima, atau meminta sesuatu yang berharga dengan tujuan mempengaruhi tindakan seorang pejabat dalam melaksanakan kewajiban *public*. Suap dapat diartikan untuk memanipulasi seseorang dengan mempengaruhi. Pembelian itu dapat dilakukan baik dengan membayar sejumlah uang ataupun barang, maupun pembayaran kembali setelah transaksi terlaksana. Terkadang suap tidak mudah dikenali, dengan cara pemberian cash atau penggunaan *call girls* dapat dengan mudah dimasukkan sebagai cara suap, tetapi tidak selalu dapat diartikan dalam pemberian hadiah (*gift*) karena tergantung dari maksud dan respons yang diharapkan oleh pemberi hadiah.
2. Paksaan (*Coercion*) merupakan suatu tekanan, batasan, dorongan dengan paksa atau dengan menggunakan jabatan atau ancaman. *Coercion* dapat berupa ancaman untuk mempersulit kenaikan jabatan, pemecatan, atau penolakan industri terhadap seorang individu.
3. Penipuan (*Deception*) merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memperdaya, menyesatkan yang dilakukan dengan sengaja sehingga mengucapkan atau melakukan kebohongan.

4. Pencurian (*Theft*) merupakan tindakan mengambil sesuatu yang bukan hak kita atau mengambil properti milik orang lain tanpa persetujuan pemiliknya atau biasa disebut mencuri. Properti tersebut dapat berupa properti fisik atau konseptual.
5. Diskriminasi tidak jelas (*Unfair Discrimination*) merupakan perlakuan yang dilakukan secara tidak adil atau penolakan terhadap orang-orang tertentu yang disebabkan oleh ras, jenis kelamin, kewarganegaraan, atau agama. Suatu kegagalan untuk memperlakukan semua orang dengan setara atau adil tanpa merasa adanya perbedaan yang beralasan antara yang disukai atau tidak disukai.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penulisan yang digunakan dalam artikel ini adalah metode deskriptif, yaitu menyajikan data menganalisis dan menginterpretasikan berdasarkan implementasi terhadap kebijakan perusahaan yang dapat menggambarkan pelaksanaan *Business Ethic* di PT. TN. Menurut Sugiyono (2014) penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel yang lain. Sebagian besar metode pengumpulan data dan informasi yang digunakan dalam kajian ini didapatkan dilakukan secara langsung melalui data sekunder, dan berbagai referensi yang berkaitan dengan bisnis etik melalui buku, jurnal, dan artikel. Setelah informasi dikumpulkan dan dianalisis, dideskripsikan dan dibahas kemudian disusun laporan yang diharapkan dapat menjadi gambaran yang cukup komprehensif dari *Business Ethic* PT. TN Jakarta.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Perusahaan**

PT. TN merupakan perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan karena perusahaan tidak hanya menjual produk berupa barang tetapi juga memiliki jasa dari produk yang dimiliki, menerima *service* dan sebagainya. Tentunya perusahaan sangat memperhatikan nilai-nilai yang mendukung ketercapaian visi dan misi untuk dapat memberikan pengalaman yang terbaik untuk pelanggan dengan menyediakan produk terbaik dan berkualitas dengan pelayanan yang ramah dan unggul dapat menjadi nilai besar.

Tujuan PT. TN adalah untuk menjadi perusahaan distributor yang selalu mampu memberikan jasa dan produk terbaik berkualitas tinggi di Indonesia dengan arah bisnis untuk memberikan solusi ritel dan kantor yang inovatif dalam membantu perusahaan untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas mereka.

### **Visi dan Misi PT. TN**

#### **Visi**

Menjadi perusahaan penyedia perangkat dan solusi bisnis otomasi terbuka. Menjadi bukan berarti saat ini perusahaan belum mencapai tujuan tersebut, gambaran ini merupakan pemersatu arah dan sasaran kerja perusahaan yang melibatkan seluruh karyawan dan manajemen dalam usahanya menciptakan perusahaan terkemuka dalam penyediaan perangkat dan solusi bisnis otomasi

#### **Misi**

- 1.) Menyediakan perangkat otomasi terkemuka dan ternama, hal tersebut merupakan pola dasar usaha dalam menyediakan produk prinsipal yang dipasarkan sebagai produk semi komoditas dengan layanan standar.
- 2.) Menyediakan solusi otomasi terkemuka, hal tersebut merupakan pola dasar usaha dalam menyediakan layanan total baik produk maupun jasa beserta dukungan lainnya, sehingga dengan layanan solusi tersebut pelanggan dapat meningkatkan produktivitas kerjanya.



- 3.) Membuat perangkat otomatisasi dapat dinikmati dan ditemui pelanggan di wilayah Indonesia sehingga pendistribusian perangkat otomatisasi menggunakan pola indirect, melalui retailer. Memasarkan perangkat otomatisasi sejalan dengan penyediaan solusi agar pelanggan dapat meningkatkan produktifitas dan kinerjanya dengan menggunakan pola penjualan copy charge, jual putus dan pengembangan rental *business* unit.
- 4.) Meningkatkan jangkauan pelayanan berkualitas sesuai standar bagi pelanggan diberbagai kota di Indonesia dengan mengembangkan jaringan bisnis menggunakan *Authorized Dealer*, pembukaan cabang dan cabang pembantu.
- 5.) Meningkatkan kemampuan cabang dan cabang pembantu dalam mengontrol *Cost of Service* dalam usahanya memperluas jangkauan usaha, memuaskan dan mempertahankan pelanggannya.

### **Kegiatan Utama**

Melakukan penjualan produk produk yang di sediakan oleh PT. TN, mencari pelanggan sebanyak banyak nya sehingga pendapatan meningkat, dan terus berusaha mengembangkan pelayanan terbaik untuk pelanggan.

### **Dukungan Pelayanan**

Pelayanan yang terbaik untuk pelanggan sangat berarti bagi PT. TN dan akan memberikan standar pelayanan purna jual yang tinggi untuk semua produk peralatan kantor yang ditawarkan. PT. TN menawarkan dukungan teknis untuk area lokal maupun nasional dengan dukungan cabang dan dealer resmi di beberapa kota besar di Indonesia. *Service center* yang berpusat di Jakarta akan selalu siap membantu dalam berbagai masalah. Untuk menjamin kehandalan serta mengurangi tingkat kerusakan, maka PT. TN hanya menggunakan bahan habis pakai (*consumable*) dan suku cadang ( *spare part* ) asli dari Sharp Corp.

### **Etika Bisnis dalam PT. TN**

#### **1. Standar Perilaku**

Dalam melakukan berbagai kegiatan, seluruh anggota organisasi melakukannya dengan penuh kejujuran, integritas dan saling menghormati menjaga kepentingan para karyawan dan menghargai kepentingan dari para relasi.

- a) Bersikap gotong royong kepada sesama karyawan
- b) Bersikap sopan santun, ramah dan baik di dalam maupun luar lingkungan perusahaan
- c) Tidak berkelompok dan saling menghormati juga menghargai perbedaan baik budaya maupun bahasa
- d) Bersaing dengan sehat, penuh semangat, mandiri dan adil, serta melandasi bisnis pada nilai penawaran yang bersaing
- e) Menjalin kerja sama jangka panjang
- f) Bersama-sama dan dibuat untuk mencapai keberhasilan bersama, dibuat untuk mendapatkan kesuksesan bersama

#### **2. Mematuhi Peraturan**

Para karyawan diberikan kewajiban untuk dapat memenuhi dan mematuhi ketentuan hukum serta peraturan yang ada pada perusahaan, yaitu:

- a) Tidak melakukan kecurangan seperti menjual produk secara ilegal tanpa izin perusahaan dengan tujuan keuntungan pribadi
- b) Tidak membocorkan rahasia perusahaan, tidak melakukan tindakan yang tidak bermoral terhadap sesama karyawan
- c) Menjaga privasi seluruh data tertanggung, selalu menjaga mutu pelayanan
- d) Menjaga kerahasiaan informasi mengenai konsumen kepada pihak lain yang bisa merugikan Perusahaan ataupun konsumen yang bersangkutan

- e) Menjamin produk sesuai dengan standar yang berlaku
- f) Turut mendukung program pemerintah dengan membayar pajak sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku
- g) Mendorong seluruh karyawan untuk berperilaku baik dalam melaksanakan segala aktivitas yang membawa nama PT. TN
- h) Memudahkan seluruh karyawan untuk mempunyai dan memahami panduan etika dan perilaku yang wajib dijalankan
- i) Mengembangkan hubungan yang harmonis, sinergis dan saling menguntungkan kepada sesama karyawan dan seluruh *stakeholders* lainnya dengan PT. TN

### 3. Karyawan

Sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan dalam menawarkan diwajibkan untuk menerapkan segala kode etik perusahaan seperti:

- a) Mematuhi peraturan perusahaan
- b) Berpenampilan rapih dan sopan menggunakan seragam perusahaan
- c) Memberikan informasi yang benar dan jelas yang berkaitan dengan karakteristik produk dan jasa
- d) Memenuhi komitmen kepada konsumen dari segi kualitas, harga, waktu pengiriman, layanan purna jual, keselamatan
- e) Memberikan layanan responsif, mudah, ramah & cepat baik pra maupun purna jual kepada konsumen tanpa membedakan konsumen yang satu dan konsumen yang lainnya
- f) Memberikan tarif sesuai standar yang telah ditentukan
- g) Memberikan kualitas, nilai, serta pelayanan optimal kepada konsumen dalam transaksi yang jujur
- h) Memberikan hak konsumen dengan memperdulikan setiap kebutuhannya
- i) Menjaga hubungan baik dengan konsumen merupakan kewajiban utama yang harus dilakukan oleh para karyawan
- j) Menanggapi *complain* customer dengan baik dan ramah
- k) Dapat menciptakan loyalitas customer
- l) Mentaati peraturan pemerintah yang berlaku

### 4. Perhatian Untuk Konsumen

Hal ini yang juga menjadi salah satu etika bisnis yang wajib dilakukan karena konsumen merupakan target yang menjadi alasan kemajuan produksi perusahaan maka perusahaan memberikan hak perhatian kepada konsumen, seperti:

- a) Konsumen memiliki hak atas produk yang diinginkan jika ada kesalahan teknis dan merasa dirugikan (produk yang dimiliki harus dalam keadaan aman dan tidak membahayakan keselamatannya).
- b) Konsumen memiliki hak untuk mengetahui dan mengenal produk yang diinginkan secara detail mengenai cara pemakaiannya ataupun resiko yang akan ada pada saat pemakaian
- c) Konsumen berhak memilih atas produk yang telah ditawarkan dan berhak untuk membandingkan agar memahami produk apa yang benar-benar dibutuhkannya.
- d) Konsumen berhak untuk didengar, didalam menggunakan produk atau jasa konsumen tentu memiliki pertimbangan dan juga keluhan yang harus didengarkan.
- e) Konsumen Hak lingkungan hidup, konsumen boleh menuntut bahwa dengan memanfaatkan prroduk bahwa produk yang dimiliki itu ramah lingkungan
- f) Hak konsumen atas pendidikan, tidak cukup bila konsumen hanya memiliki hak, konsumen juga harus menyadari haknya dan harus mengemukakan kritik atau keluhannya bila haknya tidak dipenuhi atau dilanggar.

## 5. Pemegang Saham

Adapula aturan selaku pemegang saham untuk diterapkan sebagai suatu perilaku yang adil untuk dapat sama sama diterapkan didalam perusahaan, yaitu:

- a) Menghargai prestasi kerja karyawan sesuai dengan kinerjanya
- b) Memegang komitmen agar dapat memberikan kondisi kerja dalam segi keamanan dan kesehatan serta memiliki hubungan yang produktif dan kondusif.
- c) Menghormati hal pribadi karyawan yang bersifat rahasia dan memperlakukannya sesuai dengan harkat yang dimiliki.
- d) Mendukung dengan memberikan prioritas kepada pihak-pihak yang turut mendorong atau berpartisipasi pada kepentingan PT. TN
- e) Bekerja secara optimal dan disiplin untuk pengembalian modal.
- f) Memenuhi standar etika perilaku dan hukum secara bijaksana untuk melindungi nilai investasi melalui sumber daya yang dimiliki perusahaan.
- g) Membuka peluang bisnis dengan pesaing dalam rangka peningkatan efisiensi dan sinergi
- h) Merencanakan dan mengeksekusi rencana startegis perusahaan jangka menengah dan jangka panjang untuk kemajuan perusahaan
- i) Bertanggung jawab secara personal dari tugas yang dimiliki masing-masing individu
- j) Menerima masalah-masalah yang terjadi dan mendiskusikan jika perlu

## 6. Mitra Usaha

Memiliki komitmen dalam menjalin suatu hubungan bisnis oleh para pemasok, pelanggan dan mitra usaha. Karena didalam menjalankan bisnis, peranan-peranan tersebut merupakan yang utama yang harus diperhatikan dan selalu di jadikan prinsip bahwa berbisnis dengan aman nyaman dan sejahtera bersama. Hal tersebut dapat memiliki dampak jangka panjang, sehingga mitra usaha merasa nyaman untuk tetap bermitra pada PT. TN dan dapat melancarkan produktifitas kerja yang ada pada perusahaan.

## 7. Suara Konsumen

Untuk mempererat hubungan antara perusahaan dengan para konsumen dan pelanggan yang dimiliki maka perusahaan mengupayakan untuk selalu memberikan respon atas asperasi dan ekspektasi yang diberikan konsumen terhadap penggunaan produk-produk dari PT. TN. Sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan, keuntungan jangka panjang, membangun kredibilitas, dan hal tersebut dapat dijadikan evaluasi bagi perusahaan.

## 8. Kegiatan Umum

Dalam melakukan kerjasama pada beberapa instansi baik secara langsung maupun melalui asosiasi dalam rangka mengembangkan bisnis tersebut yang mungkin berpengaruh pada kepentingan bisnis yaitu perusahaan tidak ingin terpacu untuk mengikuti partai politik. Karena PT. TN memiliki pendapat bahwa karyawannya memiliki hak masing-masing dan tidak untuk di paksakan. Perusahaan hanya memberikan kewajiban karyawan untuk mengikuti *family gathering* guna mempererat hubungan dan menjalin keharmonisan agar tidak ada perbedaan dalam organisasi.

## 9. Lingkungan

Perusahaan menganggap bahwasannya perkembangan suatu bisnis secara berkelanjutan salah satunya memiliki dampak dari lingkungan. Sehingga perusahaan akan membuat para karyawan perusahaan merasa seperti keluarga, dengan kebersamaan yang selalu dibuat seperti kewajiban mengikuti *family gathering*. Perusahaan juga harus memberi perhatian terhadap produk yang dibuat agar ramah lingkungan. Hal tersebut guna meningkatkan kepedulian dan



meningkatkan pemahaman akan masalah lingkungan dengan demikian lingkungan jadi dapat menyebar luaskan budaya karya yang baik.

## 10. Persaingan

PT. TN merupakan perusahaan yang selalu mengutamakan kesejahteraan sehingga didalam bersaing perusahaan akan melakukan persaingan ketat namun sehat juga mendukung prinsip prinsip persaingan yang sehat dengan mengikuti peraturan yang berlaku.

## 11. Praktik Pemasaran yang Tidak Etis Dan Harus Dihindari

Didalam memasarkan produk dan layanan yang dimiliki perusahaan juga harus mengikuti standar strategi yang dimiliki, karena tindakan moral yang mendorong dampak positif pada semua kepentingan perusahaan. Gunakan rasa tanggung jawab pemasar dalam hal ini untuk mengemas dan mengkomunikasikan keputusan organisasi yang akan berdampak pada tempat berinteraksi.

- a) Hindari tindakan eksploitasi sehingga menggunakan tindakan menakut-nakuti konsumen
- b) Hindari tindakan spam dengan membanjiri pesan suara konsumen, SMS, email atau komunikasi lain secara berkala yang tidak diminta dan dapat mengganggu kenyamanan konsumen
- c) *Bad mouthing*, fokus pada nilai dan manfaat produk dengan menunjukkan nilai jual yang unik agar konsumen dapat memilih produk dengan menyesuaikan keinginan dan kebutuhannya
- d) Hindari memberikan iklan atau informasi yang menyesatkan dengan memberikan klaim yang berlebihan atau janji yang tidak sesuai akan berdampak pada kepercayaan pelanggan yang akan menghilang dan bahkan menciptakan brand image yang buruk

## 12. Pengadaan Barang dan Jasa

Sebagai perusahaan distributor ritel yang menyediakan produk dan jasa tentunya akan berupaya untuk memastikan bahwa para pemasok yang digunakan memenuhi standar perusahaan dan menyesuaikan kebutuhan perusahaan. Dengan tujuan dapat meminimalisasikan biaya operasional perusahaan. Hal tersebut merupakan kebijakan yang diberikan perusahaan untuk selalu memprioritaskan kepuasan konsumen.

Retailer yang memperlihatkan tanggung jawab *social* akan melakukan aktivitas kepada masyarakat sebaik mungkin seperti halnya pada diri sendiri. tantangannya adalah menyeimbangkan tingkatan laba yang adil untuk pemegang saham, manajemen dan karyawan.

## Pelanggaran yang Mungkin Dilakukan PT. TN Tanpa Etika Bisnis

Adanya dampak negatif yang timbul tanpa adanya etika bisnis dalam tanggung jawab sosial, seperti:

- 1) Peraturan perusahaan yang tidak disiplin sehingga tidak akan teratur
- 2) Tidak adanya aplikasi untuk menampung suara konsumen, sehingga saran konsumen tidak dapat diketahui secara keseluruhan
- 3) Adanya laporan yang terlewat dan tidak tersampaikan
- 4) Kejujuran yang tidak dijadikan prinsip bagi karyawan atau anggota organisasi lainnya
- 5) Biaya operasional yang tinggi untuk perusahaan karena menyatukan kebersamaan perusahaan
- 6) Adanya pertentangan nilai perusahaan dengan perorangan
- 7) Terbentuknya budaya organisasi yang tidak kompak dan justru membuat pengelompokan
- 8) Kurang memperhatikan hak dan kepentingan masyarakat dan pihak-pihak yang terkait dengan bisnisnya

- 9) Budaya organisasi yang tidak terkontrol sehingga adanya perbedaan individu dan berkelompok

### **Keuntungan Sebagai Tujuan Perusahaan**

Perusahaan dituntut untuk selalu menghasilkan keuntungan yang tinggi, semakin banyak *profit* yang diperoleh pastinya akan semakin bagus. Meskipun demikian, pencapaian keuntungan yang merupakan tujuan dari perusahaan jika didasari tanpa adanya kaidan ataupun nilai-nilai moral tentunya merupakan tindakan yang tidak etis. Sehingga dalam mencapai tujuan, hendaknya juga mempertimbangkan cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut. Maka perusahaan menetapkan etika bisnis yang harus dilakukan atau diterapkan dengan baik dan benar.

Pada dasarnya didalam mencapai keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang yaitu dengan cara selalu menjaga serta mempertahankan integritas secara individual dan profesional dengan berkesinambungan dan juga etika yang termasuk mengenai kejujuran, kepercayaan, objektivitas, moralitas, kewajaran dan menghormati sesama baik di tempat kerja maupun di luar tempat kerja. Bisnis boleh saja memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan, akan tetapi dalam proses pencapaiannya tidak boleh merugikan pihak lain serta bisnis yang dilakukan harus dengan menghormati kepentingan serta hak orang lain yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung yang berada didalam aktivitas bisnis itu sendiri dan bisnis yang baik merupakan bisnis yang patuh pada aturan, norma dan hukum yang berlaku.

### **Faktor Penyebab Perusahaan Melakukan Pelanggaran**

1. Minimnya moral yang dimiliki berkaitan dengan perilaku dan hak tertentu.
2. Kurangnya kesadaran pribadi yang berkaitan dengan memaksimalkan hal terbaik bagi orang sebanyak mungkin.
3. Rendahnya tingkat kependidikan, pengetahuan serta informasi yang diperoleh.
4. Rendahnya tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility*.
5. Kurangnya pelatihan atau pembelajaran mengenai prinsip etika bisnis.

### **Upaya yang Dilakukan Perusahaan Untuk Mengatasi Pelanggaran**

1. Melakukan briefing disetiap pagi dan memberikan melakukan sharring mengenai ketidakpahaman yang dimiliki karyawan.
2. Pengelolaan sumber daya manusia semaksimal mungkin.
3. Perusahaan memberi kejelasan mengenai visi dan misi perusahaan dengan jelas untuk dapat mencerminkan tingkah laku organisasi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. PT. TN telah menggunakan etika dalam menjalankan bisnisnya.
2. Perusahaan menyadari bahwa akan ada pelanggaran-pelanggaran yang terjadi dan berdampak apa bila tidak menerapkan etika bisnis.
3. Informasi mengenai etika bisnis pada perusahaan akan mempengaruhi implementasi perilaku etis karyawan dalam bekerja.
4. Perusahaan mengutamakan kesejahteraan dan persaingan secara sehat didalam etika bisnisnya
5. Untuk mendapatkan keuntungan perusahaan tidak menghalalkan segala cara dan sangat menghargai hak konsumen.
6. Etika bisnis ini dilakukan dalam segala aspek sehingga dapat mempengaruhi reputasi perusahaan baik dalam lingkungan internal ataupun eksternal.

7. Komitmen yang dijalankan PT. TN sebagai bentuk etika bisnis tidak hanya kepada sumber daya manusia juga kepada konsumen dan mitra usaha.

### Saran

Berdasarkan penulisan diatas diharapkan bahwa:

1. PT. TN dapat menjalankan etika bisnisnya dengan konsisten guna menghindari pelanggaran
2. Membuat strategi guna meminimalisir segala kesalahan agar dapat memajukan kebaikan pada etika dalam menjalankan bisnis.
3. Mampu mempertahankan dan mengembangkan prestasi yang dicapai untuk terus memberi motivasi yang positif bagi organisasi juga konsumen.
4. Tidak melupakan Sumber Daya Manusia yang dimiliki yang telah menjadi perantara bagi perusahaan dan konsumen.
5. Perusahaan membuat sanksi yang diberitahu secara lisan jika melakukan pelanggaran terhadap etika yang dibuat.
6. Konsisten dalam menjunjung tinggi kejujuran dan nilai-nilai yang diterapkan secara menyeluruh.
7. Selalu meningkatkan proses penilaian kinerja agar dapat mengevaluasi atau mengindikasikan apa yang perlu diperbaiki.
8. Menekankan pada etika sebagai objek perilaku manusia dalam bidang bisnis. Sehingga pengertian ini etika diartikan sebagai aturan-aturan yang tidak dapat dilanggar dari perilaku yang diterima oleh masyarakat sebagai baik (*good*) atau buruk (*bad*).

### DAFTAR RUJUKAN

- Agoes, S., & Ardana, I. (2009). *Etika Bisnis dan Profesi "Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ali, H. (2020). *Modul Business Ethics & GG Ethics of Consumer Protection*. Jakarta: Universitas Mercubuana.
- Arief, H. M. (2019). Business Ethic and Good Governance (BE & GG) Etika Bisnis Pada PT. Sucaco Tbk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 1., (2)., 153-161.
- Arijanto, A. (2014). *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis (Cara cerdas dalam memahami konsep dan faktor-faktor etika bisnis dengan beberapa contoh praktis) Edisi Ketiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Butarbutar, B. (2019). Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 1., (1)., 187-195.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Hanafi, M. M. (2019). *Manajemen Edisi Ketiga*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Krahara, Y. D., & Ali, H. (2020). Analisis Etika Bisnis dan Manajemen Kinerja Terhadap Keberlanjutan Ritel Tradisional Di Banten. *Jurnal Ilmu Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 1., (3)., 216-227.

- Kusmiarti, P. (2020). Implementasi Etika Bisnis Dan Good Corporate Governance pada Perkebunan Kelapa Sawit PT. Bumitama Gunajaya Agro. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1., (3)., 196-210.
- Murdaniel, R. P. (2019). Business Ethic Mc Donald's. *Junral Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 1., (2)., 174-181.
- Nugroho, A., & Ariyanto, A. (2015). *Etika Bisnis (Business Ethics) Pemahaman Teori secara Komprehensif dan Implementasinya*. Bogor - Indonesia: IPB.
- Purnamasari, E. P. (2018). *Ide Bisnis Modal Tipis 500 Ribuan: Langkah Sukses Membangun, Menerapkan Strategi, hingga Mengatasi Hambatan Bisnis*. Yogyakarta: Unicorn Publishing.
- Rahimaji, A. (2019). Etika Bisnis Pada PT. XYZ. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 1., (2)., 146-152.
- Sinambela, L. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, C. W., & Riyadi, A. (2013). Analysis Business Ethics and Performance Management towards Sustainability Retail Traditional in Indonesia. *Journal of Business and Economics*, 4., (1)., 76-85.
- Velasquez, M. G. (2005). *Etika Bisnis Konsep dan Kasus Edisi 5*. Yogyakarta: ANDI.
- Wulandari, D. R., & Ali, H. (2018, October Senin). *Business Ethics & Good Governance Penerapan Etika Bisnis Pada Perusahaan The Body Shop*. Retrieved from Slideshare.net: <https://www.slideshare.net/dyahruthw/7beampggdyah-ruth-wulandarihapzi-alietika-amp-bisnisetika-bisnis-the-body-shop-universitas-mercu-buana2018docx>