

**LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT SKEMA
REGULER YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT**



**PEMAHAMAN LEGAL DAN ETIKA BISNIS DALAM MANAJEMEN PERSEDIAAN
PADA UKM TEXTIL**

Disusun oleh:

KETUA:

ARDIANSYAH RASYID S.E., M.SI., Ak. NIDN: 0326096601/10198033

ANGGOTA

**Cicelya Alvina NIM: 115220076
Cristian Wijaya NIM: 115220429
Niken Amberta NIM: 1152203227
Bayu Seno Aljulito NIM: 115220353
Ridho Aviansyah 115220348**

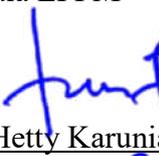
**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
JULI 2025**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PKM
SKEMA REGULER
Periode I/Tahun 2025**

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. Judul PKM | PEMAHAMAN LEGAL DAN ETIKA BISNIS DALAM
MANAJEMEN PERSEDIAAN PADA UKM TEXTIL |
| 2. Nama Mitra PKM | Ayu Patma Lestari |
| 3. Dosen Pelaksana | |
| A. Nama dan Gelar | : Ardiansyah Rasyid S.E., M.SI., Ak. |
| B. NIDN/NIK | : 0326096601/10198033 |
| C. Jabatan/Gol. | : LK 700 |
| D. Program Studi | : Akuntansi |
| E. Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| F. Bidang Keahlian | : Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya |
| H. Nomor HP/Tlp | : 0816727601 |
| 4. Mahasiswa yang Terlibat | |
| A. Jumlah Anggota | 4 |
| B. Nama & NIM Mahasiswa 1 | Cicelya Alvina 115220076 |
| C. Nama & NIM Mahasiswa 2 | Cristian Wijaya 115220429 |
| D. Nama & NIM Mahasiswa 3 | Niken Amberta 1152203227 |
| E. Nama & NIM Mahasiswa 4 | Bayu Seno Aljulito 115220353 |
| 5. Lokasi Kegiatan Mitra | |
| A. Wilayah Mitra | Tanah Abang |
| B. Kabupaten/Kota | Jakarta Pusat |
| C. Provinsi | DKI-Jakarta |
| 6. Metode Pelaksanaan | Zoom |
| 7. Luaran yang dihasilkan | Jurnal |
| 8. Jangka Waktu Pelaksanaan | Januari-Juli |
| 9. Biaya yang disetujui LPPM | Rp 8.000.000,- |

Jakarta, 26 JULI 2025

Menyetujui,
Kepala LPPM


Dr. Hetty Karunia Turungsa, S.E., M.Si.

NIDN/NIDK : 0316017903/10103030

Ketua


Ardiansyah Rasyid AK., M.M

0326096601/10198033

ABSTRAK

Bisnis ritel tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi mereka juga mempertimbangkan tanggung jawab sosial terhadap konsumen dan masyarakat. Bisnis harus menyadari bahwa pilihan yang mereka buat saat membeli barang dapat memengaruhi reputasi perusahaan dan kepercayaan konsumen. Kejujuran, transparansi, dan keadilan harus dijunjung tinggi dalam setiap transaksi. Mitra yang menjadi tempat kegiatan PKM bergerak dalam bidang industri ritel tekstil yang berlokasi di ruko pasar Tanah Abang. Dimana permasalahan utama terletak pada minimnya pengetahuan mitra tentang aspek legal dan etis dalam menjalankan usaha. Metode kegiatan dilakukan dengan pelatihan terkait dengan legal dan etis. Pelatihan dilakukan secara daring melalui platform zoom. Melalui kegiatan ini diharapkan, masalah yang muncul pada usaha mitra akan teratasi, mitra dapat meningkatkan pengetahuan dalam hal praktik etis yang mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis saat membeli barang. Dari hasil kegiatan ini, disarankan agar pelaku bisnis memperhatikan aspek legal dan etika dalam proses buying merchandise, agar terhindar dari risiko hukum dan menjaga hubungan baik dengan konsumen serta pemasok. Mampu menjaga nilai etis terhadap pelanggan.

Key word: legal, nilai etis, pelatihan, UKM

BAB I PENDAHULUAN

Memahami latar belakang hukum dan etika bisnis ritel terkait pembelian barang sangat penting dalam industri ritel yang semakin kompleks dan dinamis. Karena bisnis ritel menghubungkan produsen dan konsumen, mereka harus mempertimbangkan aspek legal dan etika dalam setiap transaksi. Ini penting karena bisnis ritel menghadapi tantangan yang semakin beragam seiring perkembangan teknologi dan globalisasi.

Dalam bisnis ritel, penerapan etika bisnis sangat penting. Nuryanto (2022) menyatakan bahwa penerapan etika dalam konteks bisnis sangat penting. Bisnis ritel tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi mereka juga mempertimbangkan tanggung jawab sosial terhadap konsumen dan masyarakat. Bisnis harus menyadari bahwa pilihan yang mereka buat saat membeli barang dapat memengaruhi reputasi perusahaan dan kepercayaan konsumen. Kejujuran, transparansi, dan keadilan harus dijunjung tinggi dalam setiap transaksi. Sebaliknya, Fauzi A. (2022), menyatakan bahwa etika bisnis memberikan arahan yang jelas kepada mereka yang berpartisipasi dalam bisnis. Secara moral dan finansial, pemilik toko ritel dapat membuat pilihan yang tepat. Misalnya, bisnis harus memastikan bahwa barang yang mereka beli memenuhi standar kualitas dan tidak melanggar hak kekayaan intelektual orang lain.

Dalam hal hukum, pelaku bisnis ritel harus mematuhi berbagai regulasi yang berlaku. Untuk bertahan, Batoebara, M. U. (2018) ,menyatakan bahwa memahami hukum bisnis dari sudut pandang hukum negara sangat penting. Pengusaha ritel harus memahami hak-hak konsumen, ketentuan perpajakan yang berlaku, dan perlindungan produk. Melanggar hukum bisnis dapat menyebabkan sanksi hukum dan merusak reputasi perusahaan di mata pelanggan. Praktik etis mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis saat membeli barang. Menurut Durin (2020), tindakan yang tidak etis, seperti penimbunan barang untuk mendapatkan keuntungan yang berlebihan, dapat menyebabkan ketidakseimbangan pasar dan merugikan konsumen. Oleh karena itu, bisnis harus menghindari tindakan yang tidak etis dan menjaga integritas dalam proses pengadaan barang. Bisnis ritel sering berbicara tentang kenaikan harga barang, terutama barang kebutuhan pokok. A. Sonny (2005) menyatakan bahwa bisnis memiliki batasan. Pelaku bisnis tidak boleh mengambil keuntungan yang berlebihan selama krisis. Kenaikan harga yang tidak wajar dapat membahayakan reputasi bisnis.

Di dunia ritel yang semakin berkembang, banyak pelaku bisnis mulaiberalih ke bisnis online. Trevino (2014), berbicara tentang hubungan antara hukum dan jual beli online. Bisnis harus mempertimbangkan masalah hukum dan moral yang sama seperti orang yang melakukan jual beli secara langsung. Perlindungan konsumen, keadilan, dan transparansi harus menjadi prinsip utama dalam setiap transaksi.

Secara keseluruhan, undang-undang dan etika ritel sangat penting saat membeli produk. Bisnis harus dapat menyeimbangkan tanggung jawab sosial dengan keuntungan keuangan. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip hukum dan etika dalam setiap transaksi, mereka dapat membangun reputasi yang baik dan membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan. Keterlibatan pelaku bisnis dalam praktik etis dan legal akan berdampak besar pada keberlanjutan bisnis selain menguntungkan masyarakat dan lingkungan.

Kesimpulannya, konteks hukum dan etika ritel tentang membeli barang menunjukkan betapa pentingnya memasukkan hukum dan etika ke dalam setiap aspek operasi bisnis. Selain membantu kesuksesan perusahaan, ini juga berdampak positif pada masyarakat dan lingkungan. Di era yang penuh tantangan ini, bisnis yang menerapkan prinsip-prinsip ini akan dapat membangun kepercayaan konsumen dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan

Permasalahan

Saat menghadapi tantangan globalisasi dan perkembangan teknologi yang cepat, pelaku bisnis harus terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan. Pengembangan SDM ritel harus mencakup pelatihan tentang kepatuhan hukum dan etika bisnis. Para pebisnis tidak hanya akan memiliki kemampuan untuk bersaing dengan baik, tetapi juga akan membantu membangun pasar yang lebih adil dan berkelanjutan. Maka permasalahan utama pada kegiatan PKM adalah bagaimana memberikan tentang legal dan etika pada UKM, Bagaimana dampak legal dan etika bisnis yang dijalankan,, Apa saja prinsip-prinsip legal dan etika bisnis .

Pemaparan ini bertujuan untuk mengetahui Legal dan Etika Bisnis Ritel pada proses *Buying Merchandise*. Bisnis ritel dalam sektor merchandise telah mendapatkan perhatian signifikan dalam beberapa tahun terakhir, namun pemahaman mengenai aspek legal dan etika dalam buying merchandise masih membutuhkan perhatian lebih dari para pelaku usaha. Kegiatan ini dilakukan dengan pendekatan studi kasus, termasuk wawancara dan observasi dengan pemilik usaha. Dari hasil kegiatan ini, disarankan agar pelaku bisnis ritel memperhatikan aspek legal dan etika dalam proses buying merchandise, agar terhindar dari risiko hukum dan menjaga hubungan baik dengan konsumen serta pemasok. Menurut Susandy (2015). “bisnis yang beretika harus mampu menghadirkan keseimbangan antara kepentingan perusahaan dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan,” yang mencerminkan pentingnya penerapan etika dalam setiap tahap bisnis, termasuk buying merchandise. Salah satu cara untuk memahami aspek legal dan etika dalam buying merchandise adalah dengan menggunakan pendekatan etis yang mempertimbangkan aspek transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Dalam kegiatan ini, digunakan variabel etika bisnis, di mana variabel ini berkaitan dengan kewajiban moral perusahaan terhadap konsumen dan pemasoknya. Khalik(2023), bisnis harus “memastikan bahwa setiap proses transaksi dilakukan secara adil dan etis.” Dengan demikian, pemahaman ini sangat penting bagi pemilik usaha dalam menentukan standar etika bisnis yang sesuai untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Khalik (2023), juga mengulas aspek etis dalam segmentasi pasar dengan fokus pada variabel psikografi. Sebagai bagian dari etika bisnis, segmentasi pasar psikografi berfokus pada pengelompokan berdasarkan selera dan preferensi konsumen, yang merupakan bagian penting dalam memenuhi ekspektasi pelanggan secara etis. Kegiatan ini didukung dengan kajian pustaka yang bersumber dari beberapa pendapat seperti , Sonny Keraf (2019), menyatakan bahwa bisnis ritel harus mematuhi berbagai regulasi, seperti undang-undang perlindungan konsumen, pajak, hingga peraturan ketenagakerjaan. Misalnya, undang-undang yang mengatur pengembalian barang dan transparansi harga. Trevino, (2014)., mengatakan

beberapa teori, yaitu : Mengatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, dari konsumen, karyawan, hingga masyarakat. Hal mencakup pada aspek tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Teori Hukum Lingkungan, Mengenai perusahaan perlu mempertimbangkan dampak lingkungan dan sekitarnya, dari kegiatan bisnisnya dan dapat mematuhi regulasi yang telah diatur dari pemerintah tentang perlindungan lingkungan. Teori Etika Bisnis Mengenai prinsip-prinsip dasar etika pada kegiatan bisnis, tidak hanya pada kepatuhan hukum, tetapi juga mencakup pada kejujuran, transparansi, dan integritasnya yang dapat berkontribusi dalam jangka waktu yang panjang.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pembekalan kepada Produk, dalam memahami segmentasi pasar. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk mengetahui target konsumen bagi UMKM. Untuk melaksanakan kegiatan ini, Terdapat beberapa tahap yang dapat dilakukan, sebagai berikut :

1. Tahap persiapan

Tahap ini adalah tahap dimana observasi awal terkait dengan permasalahan utama mitra. Dalam tahap ini, fokus utama kegiatan adalah:

- a) Mengetahui secara lebih mendalam tentang kondisi mitra, yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha secara luring untuk mengetahui prioritas masalah utama yang perlu segera ditangani.
- b) Menentukan tim mahasiswa yang terlibat dan penyusunan proposal untuk diserahkan ke LPPM.

2. Tahap Pelaksanaan

Dilakukan penyusunan materi dan penentuan jadwal pelaksanaan sosialisasi. Semua kebutuhan untuk pelaksanaan sosialisasi disiapkan serta membagi tugas dengan seluruh anggota yang ikut terlibat atas apa yang akan disosialisasikan kepada UKM/UMKM, mempersiapkan berbagai prosedur sosialisasi, menyiapkan peralatan, sarana prasarana pendukung kegiatan, menyampaikan materi tentang pentingnya pemahaman mendalam mengenai system informasi pemasaran, lalu diakhiri dengan diskusi.

3. Tahap Hasil Akhir

Di tahap ini evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program. Penyusunan laporan, disertai dengan membuat luaran-luaran, baik luaran wajib berupa publikasi maupun luaran tambahan berupa penulisan artikel dan/atau infografis.

Kepakaran dan Pembagian Tugas TIM Tim PKM

Tim PKM membagi tugas sebagai Instruktur sesuai dengan keahlian yang dimiliki, adapun tugas sebagai ketua tim dan anggota dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Daftar Kegiatan Pengusul

o	Keterangan	Bidang Keahlian	Tugas
1	Ketua Tim	Akuntansi	<ul style="list-style-type: none">● Melakukan pengarahannya● melakukan perizinan kegiatan● Menentukan materi kegiatan● Menentukan metode pelatihan● Menentukan jadwal sosialisasi
2	Anggota 1	Manajemen	<ul style="list-style-type: none">● Mendokumentasikan zoom● memfoto
3	Anggota 2	Manajemen	<ul style="list-style-type: none">● Menyusun anggaran● zoom
4	Anggota 3, 4 dan 5	Manajemen	<ul style="list-style-type: none">● operator zoom

Partisipasi Mitra Dalam Kegiatan PKM

Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM, terangkum dalam setiap rencana kegiatan. Dimana setiap rencana tersebut terdapat partisipasi mitra bersama tim PKM seperti dalam Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2: Rencana Kegiatan & Partisipasi Mitra

No.	Rencana Kegiatan	Partisipasi Mitra
1	Observasi awal ke mitra dan kajian literatur	Tim mengamati permasalahan mitra , mengkaji berbagai literatur dan jurnal terkait
2	Melakukan kesepakatan dengan mitra untuk melakukan kegiatan	Mitra memberikan kesepakatan untuk bekerja sama
3	Membuat persiapan materi yang akan disampaikan ke mitra	Tim berdiskusi dan menyiapkan materi yang akan disampaikan ke mitra
4	Membuat kesepakatan waktu pelaksanaan	Mitra melakukan perjanjian dengan tim mengenai waktu pelaksanaan
5	Ketua tim meminta mhs bertugas Untuk menyiapkan Zoom <i>meeting</i>	Anggota tim mengirimkan kode zoom dan pascode
6	Melakukan pelaksanaan pelatihan melalui zoom <i>meeting</i>	Tim mengirimkan kode zoom dan <i>pascode</i> ke mitra
7	Sosialisasi dilakukan ketua dibantu 2 mahasiswa dalam bentuk ceramah dan tanya jawab	Tim meminta mitra memberikan respon pada atas materi yang disampaikan
8	Draf artikel luaran wajib	Tim menyusun draf artikel luaran wajib
9	Publikasi ilmiah pada jurnal	Tim mempersiapkan publikasi ilmiah pada jurnal
10	Pembuatan laporan dan luaran tambahan	Tim membuat laporan ke LPPM, dan membuat luaran tambahan

3. LUARAN WAJIB KEGIATAN PKM

Luaran WAJIB		
1	Artikel Publikasi di Jurnal Terindeks SINTA/Prosiding Internasional	International Journal of Social Science and Community Service
2	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	HAK Cipta
3	Produk/ <i>prototype</i>	Buku Saku

4 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. SEJARAH USAHA

Kami mewawancarai Bisnis Ritel toko Maezura Collection yang merupakan usaha yang bergerak di bidang pakaian. Pemilik usaha bernama Anjani yang berlokasi di Tanah Abang, Jakarta Utara. Jenis produk yang dijual adalah celana dan rok kekinian dengan berbagai macam produk yang dijual dan dengan kualitas yang sangat bagus.

Sejarah pemilik usaha menjual produk ini karena merupakan produk yang sangat dicari oleh para pemuda-pemudi sekarang dan cocok dipasarkan di berbagialangan. Usaha ini juga bersifat online atau offline.

B. MATERI KEGIATAN ATAU PENYAMPAIAN MATERI

1. Pengertian Legal dan Etika Pada Bisnis

Menurut **Gary R Weaver (2010)**, ia mengatakan bahwa etika bisnis mencakup nilai-nilai dan prinsip yang memandu perilaku individu dan organisasi dalam konteks bisnis dan menekankan bahwa etika dapat membantu mengarahkan pengambilan keputusan yang adil dan bertanggung jawab. **M. Neil Browne dan Stuart M. Keeley (2010)**, dalam bukunya, menjelaskan bahwa etika dalam bisnis melibatkan penilaian pada suatu tindakan dan keputusan yang mempertimbangkan nilai-nilai moral dan dampak sosial. **David J.**

Schwartz (2015), yang berarti bertindak sesuai dengan norma dan standar moral yang diakui, dan memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan.

2. Manfaat Legal dan Etika Bisnis

Menurut **Abdul Manan (2015)**, menyatakan bahwa terdapat beberapa manfaat legal dalam bisnis, yaitu :

1. Dapat Mengurangi Resiko Hukum

Dengan mematuhi hukum bisnis akan mengurangi kemungkinan terkena sanksi atau denda hukum. Ini juga akan menciptakan lingkungan yang lebih aman untuk perusahaan.

2. Sebagai Perlindungan Hak

Dengan mematuhi hukum dapat membantu melindungi hak-hak perusahaan, seperti Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan hak atas kontrak, yang dapat berpengaruh pada keberlangsungan usaha.

3. Meningkatkan reputasi

Jika perusahaan taat pada hukum maka akan cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di masyarakat. Ini juga dapat membantu kepercayaan terhadap konsumen dan investor lainnya.

Berikut adalah beberapa sampel produk:





- Legal Issue

1. Pelanggaran hak kekayaan dan intelektual

Perusahaan yang menggunakan desain, logo, atau produk tanpa izin dapat melanggar hak kekayaan intelektual

2. Pengabaian keselamatan produk

Menjual barang yang tidak aman dan membahayakan pelanggan merupakan pelanggaran hukum terkait keselamatan produk

3. Diskriminasi pelanggan

Undang-undang antidiskriminasi pelanggan berdasarkan ras, agama atau gender.
Ex: menolak melayani klien tertentu karena perbedaan etnis atau agama

4. Pelanggaran regulasi privasi

Penggunaan / penyebaran data pelanggan tanpa izin melanggar peraturan privasi.
Ex: tanpa persetujuan pelanggan, toko memberikan informasi kontak pelanggan kepada pihak ketiga.

5. Pelanggaran kontak

Dapat dikenai tuntutan hukum jika tidak mematuhi kontrak dengan pemasok atau karyawan. Ex: toko memutus kontrak dengan pemasok secara sepihak.

Pengertian Legal

Menurut, Rudi Rusdiyanto (2012), "legal" dalam bisnis ritel merujuk pada semua aspek hukum yang mengatur operasional ritel, mulai dari perizinan, perlindungan konsumen, hingga kepatuhan terhadap regulasi pajak.

Arif Rachman (2020). Menurut Arif, aspek legalitas dalam bisnis ritel juga berkaitan dengan perlindungan terhadap data konsumen, yang semakin penting di era digital saat ini.



Manfaat Legal

Menurut, Dr. H. Muhamad Ali, S.H., M.H. Berikut manfaat legal dalam bisnis ritel yang meliputi beberapa aspek, yaitu :

- 1. Perlindungan Hukum**
Memiliki struktur hukum yang jelas melindungi hak-hak bisnis, termasuk merek dagang, paten, dan hak cipta, sehingga mencegah pelanggaran dari pihak ketiga.
- 2. Kepercayaan Konsumen**
Ketika bisnis mematuhi regulasi dan standar hukum, hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung lebih memilih berbelanja di tempat yang legal dan beretika.



Manfaat Legal

3. Stabilitas Bisnis

Dengan mengikuti peraturan yang berlaku, bisnis dapat menghindari sanksi hukum, denda, atau penutupan yang dapat merugikan operasional dan reputasi perusahaan.

4. Kemudahan dalam Kerjasama Legalitas

yang jelas memudahkan perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan mitra bisnis, pemasok, dan pihak lain, karena semua pihak merasa aman dalam melakukan transaksi.

Legal Issue

Hukuman ritel mencakup masalah yang melanggar peraturan hukum yang ditetapkan oleh pemerintah atau otoritas terkait. Menurut Levy, lima jenis masalah hukum ritel adalah sebagai berikut :

1. Pelanggaran Hak Kekayaan dan Intelektual

Perusahaan yang menggunakan desain, logo, atau produk tanpa izin dapat melanggar hak kekayaan intelektual.

2. Pengabaian Keselamatan Produk

Menjual barang yang tidak aman dan membahayakan pelanggan merupakan pelanggaran hukum terkait keselamatan produk.

Legal Issue

3. Diskriminasi Pelanggan

Undang-undang anti-diskriminasi melarang diskriminasi pelanggan berdasarkan ras, agama, atau gender.
ex : menolak melayani klien tertentu karena perbedaan etnis atau agama.

4. Pelanggaran Regulasi Privasi

Penggunaan/penyebaran data pelanggan tanpa izin melanggar peraturan privasi.
ex : Tanpa persetujuan pelanggan, toko memberikan informasi kontak pelanggan kepada pihak ketiga.

5. Pelanggaran Kontrak

Dapat dikenai tuntutan hukum jika tidak mematuhi kontrak dengan pemasok atau karyawan.
ex : toko memutuskan kontrak dengan pemasok secara sepihak.



BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Dalam industri ritel, bisnis menghadapi berbagai tantangan karena kemajuan teknologi dan globalisasi. Sangat penting bagi perusahaan untuk mematuhi peraturan hukum dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, keadilan, dan integritas untuk mempertahankan reputasi yang baik dan mendapatkan kepercayaan konsumen. Kepatuhan terhadap hukum, termasuk yang terkait dengan perlindungan konsumen dan hak kekayaan intelektual, sangat penting untuk menghindari konsekuensi hukum dan memastikan stabilitas operasional. Praktik-praktik etis dalam pengadaan dan penjualan juga membina hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan dan mendukung keberlanjutan bisnis.

Mengintegrasikan elemen hukum dan etika ke dalam praktik bisnis tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial, tetapi juga membawa manfaat finansial. Perusahaan yang memprioritaskan etika memiliki keunggulan kompetitif karena dapat dengan mudah mendapatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan. Dalam masyarakat saat ini di mana konsumen semakin sadar akan tanggung jawab sosial, penerapan etika bisnis menjadi faktor penentu keberhasilan jangka panjang dan daya saing di pasar yang dinamis.

B. SARAN

Disarankan agar peritel mematuhi persyaratan hukum dan menerapkan nilai-nilai moral seperti kejujuran, keterbukaan, dan kesetaraan dalam setiap aspek operasi bisnis mereka untuk menjaga merek mereka dan memenangkan hati pelanggan. Perusahaan harus menghindari perilaku tidak bermoral seperti menimbun barang dan memastikan bahwa data konsumen dilindungi sesuai dengan undang-undang privasi. Pelatihan rutin dan pembuatan peraturan perusahaan yang

menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika bisnis disarankan untuk meningkatkan kesadaran etika dan kepatuhan hukum. Perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dan tahan lama dengan klien dan mendukung keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang ketat dengan memasukkan praktik-praktik etika dan hukum ke dalam rencana bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Agastya, I. B. K., Udiana, I. M., & Sukranatha. A. A. K, 'Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Pengiriman Barang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Pada PT. Pahala Express Delivery Denpasar', Ilmu Hukum, 7 (2019), 1–15.
- A.Sonny Keraf, Etika Bisnis, Kanisius, Yogyakarta, 2005
- Batoebara, M. U. (2018). Jurnal Warta Edisi : 57 Juli 2018 | ISSN : 1829-7463. Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis.
- Durin, Ramzi. 2020. "Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis." Jurnal Valuta Vol. 6 No. 1 32-33.
- Fauzi, A., Soepriyadi, I., Aprilliani, A., Septiani, A. S., Angelika, A., & Amelia, P. N. (2022). Pengaruh Hak Kekayaan Intelektual, Etika Bisnis, Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam E-Business. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 83-90. <http://journal.admi.or.id/index.php/JAMAN/article/view/336>
- Khalik, F. I., Okprianti, R., & Kifli, S. (2023). *Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Etika Bisnis Dan Etika Sosial*. MarwahHukum, 1(1), 16-20. https://jurnal.um-palembang.ac.id/marwah_hukum/article/view/5596
- Noryanto, S. (2022). *Strategi Green Marketing Bisnis Ritel Vert Terre Ditinjau Dari Prinsip Saling Menguntungkan Dalam Etika Bisnis* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada). <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/210894>
- Susandy, Gugyh dan Deden Ramdhan. 2015. "Etika Bisnis Sebagai Strategi Bisnis Jangka Panjang Dalam Era Global dan Revolusi Teknologi Informasi." Jurnal Dimensia Vol. 12 No.1 37
- Durin, Ramzi. 2020. "Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis." Jurnal Valuta Vol. 6 No. 1 32-33. -38.
- Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2014). *Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right* (6th ed.). Hoboken, NJ: Wiley Publishing House.

LLuaran Luaran

Draff Artikel

Draff Artikel

LEGAL DAN ETIKA BISNIS DALAM MANAJEMEN PERSEDIAAN

ARDIANSYAH RASYID S.E., M.SI., Ak.

**Cicelya Alvina
Cristian Wijaya
Niken Amberta
Bayu Seno Aljulito
Ridho Aviansyah**

ABSTRAK

Bisnis ritel tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi mereka juga mempertimbangkan tanggung jawab sosial terhadap konsumen dan masyarakat. Bisnis harus menyadari bahwa pilihan yang mereka buat saat membeli barang dapat memengaruhi reputasi perusahaan dan kepercayaan konsumen. Kejujuran, transparansi, dan keadilan harus dijunjung tinggi dalam setiap transaksi. Mitra yang menjadi tempat kegiatan PKM bergerak dalam bidang industri ritel tekstil yang berlokasi di ruko pasar Tanah Abang. Dimana permasalahan utama terletak pada minimnya pengetahuan mitra tentang aspek legal dan etis dalam menjalankan usaha. Metode kegiatan dilakukan dengan pelatihan terkait dengan legal dan etis. Pelatihan dilakukan secara daring melalui platform zoom. Melalui kegiatan ini diharapkan, masalah yang muncul pada usaha mitra akan teratasi, mitra dapat meningkatkan pengetahuan dalam hal praktik etis yang mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis saat membeli barang. Dari hasil kegiatan ini, disarankan agar pelaku bisnis memperhatikan aspek legal dan etika dalam proses buying merchandise, agar terhindar dari risiko hukum dan menjaga hubungan baik dengan konsumen serta pemasok. Mampu menjaga nilai etis terhadap pelanggan.

Key word: legal, nilai etis, pelatihan, UKM

PENDAHULUAN

Dalam bisnis ritel, penerapan etika bisnis sangat penting. Nuryanto (2022)

menyatakan bahwa penerapan etika dalam konteks bisnis sangat penting. Bisnis ritel tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi mereka juga mempertimbangkan tanggung jawab sosial terhadap konsumen dan masyarakat. Bisnis harus menyadari bahwa pilihan yang mereka buat saat membeli barang dapat memengaruhi reputasi perusahaan dan kepercayaan konsumen. Kejujuran, transparansi, dan keadilan harus dijunjung tinggi dalam setiap transaksi. Sebaliknya, Fauzi A. (2022), menyatakan bahwa etika bisnis memberikan arahan yang jelas kepada mereka yang berpartisipasi dalam bisnis. Secara moral dan finansial, pemilik toko ritel dapat membuat pilihan yang tepat. Misalnya, bisnis harus memastikan bahwa barang yang mereka beli memenuhi standar kualitas dan tidak melanggar hak kekayaan intelektual orang lain.

Dalam hal hukum, pelaku bisnis ritel harus mematuhi berbagai regulasi yang berlaku. Untuk bertahan, Batoebara, M. U. (2018), menyatakan bahwa memahami hukum bisnis dari sudut pandang hukum negara sangat penting. Pengusaha ritel harus memahami hak-hak konsumen, ketentuan perpajakan yang berlaku, dan perlindungan produk. Melanggar hukum bisnis dapat menyebabkan sanksi hukum dan merusak reputasi perusahaan di mata pelanggan. Praktik etis mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis saat membeli barang. Menurut Durin (2020), tindakan yang tidak etis, seperti penimbunan barang untuk mendapatkan keuntungan yang berlebihan, dapat menyebabkan ketidakseimbangan pasar dan merugikan konsumen. Oleh karena itu, bisnis harus menghindari tindakan yang tidak etis dan menjaga integritas dalam proses pengadaan barang. Bisnis ritel sering berbicara tentang kenaikan harga barang, terutama barang kebutuhan pokok. A. Sonny (2005) menyatakan bahwa bisnis memiliki batasan. Pelaku bisnis tidak boleh mengambil keuntungan yang berlebihan selama krisis. Kenaikan harga yang tidak wajar dapat membahayakan reputasi bisnis.

Secara keseluruhan, undang-undang dan etika ritel sangat penting saat membeli produk. Bisnis harus dapat menyeimbangkan tanggung jawab sosial dengan keuntungan keuangan. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip hukum dan etika dalam setiap transaksi, mereka dapat membangun reputasi yang baik dan membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan. Keterlibatan pelaku bisnis dalam praktik etis dan legal akan berdampak besar pada keberlanjutan bisnis selain menguntungkan masyarakat dan lingkungan.

Kesimpulannya, konteks hukum dan etika ritel tentang membeli barang menunjukkan betapa pentingnya memasukkan hukum dan etika ke dalam setiap aspek operasi bisnis. Selain membantu kesuksesan perusahaan, ini juga berdampak positif pada masyarakat dan lingkungan. Saat menghadapi tantangan globalisasi dan perkembangan teknologi yang cepat, pelaku bisnis harus terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan. Pengembangan SDM ritel harus mencakup pelatihan tentang kepatuhan hukum dan etika bisnis. Para pebisnis tidak hanya akan memiliki kemampuan untuk bersaing dengan baik, tetapi juga akan membantu membangun pasar yang lebih adil dan berkelanjutan. Maka kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada UKM tentang Legal dan Etika Bisnis Ritel pada proses *Buying Merchandise*. Dari hasil kegiatan ini, disarankan agar pelaku bisnis ritel memperhatikan aspek legal dan etika dalam proses buying merchandise, agar terhindar dari risiko hukum dan menjaga hubungan baik dengan konsumen serta pemasok. Menurut Susandy (2015). "bisnis yang beretika harus mampu menghadirkan keseimbangan antara kepentingan perusahaan dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan," yang mencerminkan pentingnya penerapan etika dalam setiap tahap bisnis, termasuk buying merchandise. Salah satu cara untuk memahami aspek legal dan etika dalam buying merchandise adalah dengan menggunakan pendekatan etis yang mempertimbangkan aspek transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Dalam kegiatan ini, digunakan variabel etika bisnis, di mana variabel ini

berkaitan dengan kewajiban moral perusahaan terhadap konsumen dan pemasoknya. Khalik(2023), bisnis harus “memastikan bahwa setiap proses transaksi dilakukan secara adil dan etis.” Dengan demikian, pemahaman ini sangat penting bagi pemilik usaha dalam menentukan standar etika bisnis yang sesuai untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Khalik (2023), juga mengulas aspek etis dalam segmentasi pasar dengan fokus pada variabel psikografi. Sebagai bagian dari etika bisnis, segmentasi pasar psikografi berfokus pada pengelompokan berdasarkan selera dan preferensi konsumen, yang merupakan bagian penting dalam memenuhi ekspektasi pelanggan secara etis. Kegiatan ini didukung dengan kajian pustaka yang bersumber dari beberapa pendapat seperti, Sonny Keraf (2019), menyatakan bahwa bisnis ritel harus mematuhi berbagai regulasi, seperti undang-undang perlindungan konsumen, pajak, hingga peraturan ketenagakerjaan. Misalnya, undang-undang yang mengatur pengembalian barang dan transparansi harga. Trevino, (2014)., mengatakan beberapa teori, yaitu : Mengatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, dari konsumen, karyawan, hingga masyarakat. Hal mencakup pada aspek tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Teori Hukum Lingkungan, Mengenai perusahaan perlu mempertimbangkan dampak lingkungan dan sekitarnya, dari kegiatan bisnisnya dan dapat mematuhi regulasi yang telah diatur dari pemerintah tentang perlindungan lingkungan. Teori Etika Bisnis Mengenai prinsip-prinsip dasar etika pada kegiatan bisnis, tidak hanya pada kepatuhan hukum, tetapi juga mencakup pada kejujuran, transparansi, dan integritasnya yang dapat berkontribusi dalam jangka waktu yang panjang.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pembekalan kepada Produk, dalam memahami segmentasi pasar. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk mengetahui target konsumen bagi UMKM. Untuk melaksanakan kegiatan ini, Terdapat beberapa tahap yang dapat dilakukan, sebagai berikut :

4. Tahap persiapan

Tahap ini adalah tahap dimana observasi awal terkait dengan permasalahan utama mitra. Dalam tahap ini, fokus utama kegiatan adalah:

- c) Mengetahui secara lebih mendalam tentang kondisi mitra, yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha secara luring untuk mengetahui prioritas masalah utama yang perlu segera ditangani.
- d) Menentukan tim mahasiswa yang terlibat dan penyusunan proposal untuk diserahkan ke LPPM.

5. Tahap Pelaksanaan

Dilakukan penyusunan materi dan penentuan jadwal pelaksanaan sosialisasi. Semua kebutuhan untuk pelaksanaan sosialisasi disiapkan serta membagi tugas dengan seluruh anggota yang ikut terlibat atas apa yang akan disosialisasikan kepada UKM/UMKM, mempersiapkan berbagai prosedur sosialisasi, menyiapkan peralatan, sarana prasarana pendukung kegiatan, menyampaikan materi tentang pentingnya pemahaman mendalam mengenai system informasi pemasaran, lalu diakhiri dengan diskusi.

6. Tahap Hasil Akhir

Di tahap ini evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program. Penyusunan laporan, disertai dengan membuat luaran-luaran, baik luaran wajib berupa publikasi maupun luaran tambahan berupa penulisan artikel dan/atau infografis.

5 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

a. Profil USAHA

Bisnis ritel yang menjadi tempat kegiatan adalah Bisnis Ritel toko Maezura Collection yang merupakan usaha yang bergerak di bidang pakaian. Pemilik usaha bernama Anjani yang berlokasi di Tanah Abang, Jakarta Utara. Jenis produk yang dijual adalah celana dan rok kekinian dengan berbagai macam produk yang dijual dan dengan kualitas yang sangat bagus. Produk yang dijual merupakan produk yang sangat dicari oleh para pemuda-pemudi sekarang dan cocok dipasarkan di berbagai kalangan. Usaha ini juga bersifat online atau offline.

MATERI KEGIATAN ATAU PENYAMPAIAN MATERI

Pengertian Legal dan Etika Pada Bisnis

Menurut **Gary R Weaver (2010)** etika bisnis mencakup nilai-nilai dan prinsip yang memandu perilaku individu dan organisasi dalam konteks bisnis dan menekankan bahwa etika dapat membantu mengarahkan pengambilan keputusan yang adil dan bertanggung jawab. **M. Neil Browne dan Stuart M. Keeley (2010)**, dalam bukunya, menjelaskan bahwa etika dalam bisnis melibatkan penilaian pada suatu tindakan dan keputusan yang mempertimbangkan nilai-nilai moral dan dampak sosial. **David J. Schwartz (2015)**, yang berarti bertindak sesuai dengan norma dan standar moral yang diakui, dan memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan.

Manfaat Legal dan Etika Bisnis

Abdul Manan (2015), menyatakan bahwa terdapat beberapa manfaat legal dalam bisnis, yaitu :

4. Dapat Mengurangi Resiko Hukum

Dengan mematuhi hukum bisnis akan mengurangi kemungkinan terkena sanksi atau denda hukum. Ini juga akan menciptakan lingkungan yang lebih aman untuk perusahaan.

5. Sebagai Perlindungan Hak

Dengan mematuhi hukum dapat membantu melindungi hak-hak perusahaan, seperti Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan hak atas kontrak, yang dapat berpengaruh pada keberlangsungan usaha.

6. Meningkatkan reputasi

Jika perusahaan taat pada hukum maka akan cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di masyarakat. Ini juga dapat membantu kepercayaan terhadap konsumen dan investor lainnya.

Berikut adalah beberapa sampel produk:



Pelanggaran hak kekayaan dan intelektual

Perusahaan yang menggunakan desain, logo, atau produk tanpa izin dapat melanggar hak kekayaan intelektual

6. Pengabaian keselamatan produk

Menjual barang yang tidak aman dan membahayakan pelanggan merupakan pelanggaran hukum terkait keselamatan produk

7. Diskriminasi pelanggan

Undang-undang antidiskriminasi pelanggan berdasarkan ras, agama atau gender. Ex: menolak melayani klien tertentu karena perbedaan etnis atau agama

8. Pelanggaran regulasi privasi

Penggunaan / penyebaran data pelanggan tanpa izin melanggar peraturan privasi. Ex: tanpa persetujuan pelanggan, toko memberikan informasi kontak pelanggan kepada pihak ketiga.

9. Pelanggaran kontak

Dapat dikenai tuntutan hukum jika tidak mematuhi kontrak dengan pemasok atau karyawan. Ex: toko memutus kontrak dengan pemasok secara sepihak.

Penyajian materi tersebut disampaikan dalam bentuk PPT:

Pengertian Legal

Menurut, Rudi Rusdiyanto (2012). "legal" dalam bisnis ritel merujuk pada semua aspek hukum yang mengatur operasional ritel, mulai dari perizinan, perlindungan konsumen, hingga kepatuhan terhadap regulasi pajak.

Arif Rachman (2020). Menurut Arif, aspek legalitas dalam bisnis ritel juga berkaitan dengan perlindungan terhadap data konsumen, yang semakin penting di era digital saat ini.



Manfaat Legal

Menurut, Dr. H. Muhamad Ali, S.H., M.H. Berikut manfaat legal dalam bisnis ritel yang meliputi beberapa aspek, yaitu :

- 1. Perlindungan Hukum**
Memiliki struktur hukum yang jelas melindungi hak-hak bisnis, termasuk merek dagang, paten, dan hak cipta, sehingga mencegah pelanggaran dari pihak ketiga.
- 2. Kepercayaan Konsumen**
Ketika bisnis mematuhi regulasi dan standar hukum, hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung lebih memilih berbelanja di tempat yang legal dan beretika.



Manfaat Legal

- 3. Stabilitas Bisnis**
Dengan mengikuti peraturan yang berlaku, bisnis dapat menghindari sanksi hukum, denda, atau penutupan yang dapat merugikan operasional dan reputasi perusahaan.
- 4. Kemudahan dalam Kerjasama**
Legalitas yang jelas memudahkan perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan mitra bisnis, pemasok, dan pihak lain, karena semua pihak merasa aman dalam melakukan transaksi.



Legal Issue

Hukuman ritel mencakup masalah yang melanggar peraturan hukum yang ditetapkan oleh pemerintah atau otoritas terkait. Menurut Levy, lima jenis masalah hukum ritel adalah sebagai berikut :

1. Pelanggaran Hak Kekayaan dan Intelektual

Perusahaan yang menggunakan desain, logo, atau produk tanpa izin dapat melanggar hak kekayaan intelektual.

2. Pengabaian Keselamatan Produk

Menjual barang yang tidak aman dan membahayakan pelanggan merupakan pelanggaran hukum terkait keselamatan produk.



Pengertian Etika



M. Neil Browne dan Stuart M. Keeley (2010) Dalam bukunya, menjelaskan bahwa etika dalam bisnis melibatkan penilaian pada suatu tindakan dan keputusan yang mempertimbangkan nilai-nilai moral dan dampak sosial.

David J. Schwartz (2015), yang berarti bertindak sesuai dengan norma dan standar moral yang diakui, dan memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan.

Legal Issue

3. Diskriminasi Pelanggan

Undang-undang anti-diskriminasi melarang diskriminasi pelanggan berdasarkan ras, agama, atau gender.
ex : menolak melayani klien tertentu karena perbedaan etnis atau agama.

4. Pelanggaran Regulasi Privasi

Penggunaan/penyebaran data pelanggan tanpa izin melanggar peraturan privasi.
ex : Tanpa persetujuan pelanggan, toko memberikan informasi kontak pelanggan kepada pihak ketiga.

5. Pelanggaran Kontrak

Dapat dikenai tuntutan hukum jika tidak mematuhi kontrak dengan pemasok atau karyawan.
ex : toko memutuskan kontrak dengan pemasok secara sepihak.



KESIMPULAN

Dalam industri ritel, bisnis menghadapi berbagai tantangan karena kemajuan teknologi dan globalisasi. Sangat penting bagi perusahaan untuk mematuhi peraturan hukum dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, keadilan, dan integritas untuk mempertahankan reputasi yang baik dan mendapatkan kepercayaan konsumen. Kepatuhan terhadap hukum, termasuk yang terkait dengan perlindungan konsumen dan hak kekayaan intelektual, sangat penting untuk menghindari konsekuensi hukum dan memastikan stabilitas operasional. Praktik-praktik etis dalam pengadaan dan penjualan juga membina hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan dan mendukung keberlanjutan bisnis.

Mengintegrasikan elemen hukum dan etika ke dalam praktik bisnis tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial, tetapi juga membawa manfaat finansial. Perusahaan yang memprioritaskan etika memiliki keunggulan kompetitif karena dapat dengan mudah mendapatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan. Dalam masyarakat saat ini di mana konsumen semakin sadar akan tanggung jawab sosial, penerapan etika bisnis menjadi faktor penentu keberhasilan jangka panjang dan daya saing di pasar yang dinamis.

SARAN

Disarankan agar peritel mematuhi persyaratan hukum dan menerapkan nilai-nilai moral seperti kejujuran, keterbukaan, dan kesetaraan dalam setiap aspek operasi bisnis mereka untuk menjaga merek mereka dan memenangkan hati pelanggan. Perusahaan harus menghindari perilaku tidak bermoral seperti menimbun barang dan memastikan bahwa data konsumen dilindungi sesuai dengan undang-undang privasi. Pelatihan rutin dan pembuatan peraturan perusahaan yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika bisnis disarankan untuk meningkatkan kesadaran etika dan kepatuhan hukum. Perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dan tahan lama dengan klien dan mendukung keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang ketat dengan memasukkan praktik-praktik etika dan hukum ke dalam rencana bisnis mereka.



Referensi

- Agastya, I. B. K., Udiana, I. M., & Sukranatha. A. A. K, 'Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Pengiriman Barang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Pada PT. Pahala Express Delivery Denpasar', Ilmu Hukum, 7 (2019), 1–15.
- A.Sonny Keraf, Etika Bisnis, Kanisius, Yogyakarta, 2005
- Batoebara, M. U. (2018). Jurnal Warta Edisi : 57 Juli 2018 | ISSN : 1829-7463. Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis.
- Durin, Ramzi. 2020. "Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis." Jurnal Valuta Vol. 6 No. 1 32-33.
- Fauzi, A., Soepriyadi, I., Aprilliani, A., Septiani, A. S., Angelika, A., & Amelia, P. N. (2022). Pengaruh Hak Kekayaan Intelektual, Etika Bisnis, Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam E-Business. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3),83-90.<http://journal.admi.or.id/index.php/JAMAN/article/view/336>
- Khalik, F. I., Okprianti, R., & Kifli, S. (2023). *Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Etika Bisnis Dan Etika Sosial*. MarwahHukum, 1(1), 16-20. https://jurnal.um-palembang.ac.id/marwah_hukum/article/view/5596
- Noryanto, S. (2022). *Strategi Green Marketing Bisnis Ritel Vert Terre Ditinjau Dari Prinsip Saling Menguntungkan Dalam Etika Bisnis* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada). <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/210894>
- Susandy, Gugyh dan Deden Ramdhan. 2015. "Etika Bisnis Sebagai Strategi Bisnis Jangka Panjang Dalam Era Global dan Revolusi Teknologi Informasi." Jurnal Dimensia Vol. 12 No.1 37
- Durin, Ramzi. 2020. "Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis." Jurnal Valuta Vol. 6 No. 1 32-33. -38.
- Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2014). *Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right* (6th ed.). Hoboken, NJ: Wiley Publishing House.

**LAPORAN PROTOTYPE
YANG DIKIRIMKAN KE
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

PROTOTYPE/ Model

**PELATIHAN LEGAL DAN ETIKA BISNIS DALAM
MANAJEMEN PERSEDIAAN** lengkapi dengan nomor SPK PKM



KETUA:

**ARDIANSYAH RASYID S.E., M.SI., Ak. NIDN:
0326096601/10198033**

ANGGOTA

**Cicelya Alvina NIM: 115220076
Cristian Wijaya NIM: 115220429
Niken Amberta NIM: 1152203227
Bayu Seno Aljulito NIM: 115220353
Ridho Aviansyah 115220348**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
JULI 2025**

PRINGKASAN

Bisnis ritel tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi mereka juga mempertimbangkan tanggung jawab sosial terhadap konsumen dan masyarakat. Bisnis harus menyadari bahwa pilihan yang mereka buat saat membeli barang dapat memengaruhi reputasi perusahaan dan kepercayaan konsumen. Kejujuran, transparansi, dan keadilan harus dijunjung tinggi dalam setiap transaksi. pemahaman ini sangat penting bagi pemilik usaha dalam menentukan standar etika bisnis yang sesuai untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan yang berdasarkan selera dan preferensi konsumen, yang merupakan bagian penting dalam memenuhi ekspektasi pelanggan secara etis. Hasil yang diharapkan melalui Bisnis harus dapat menyeimbangkan tanggung jawab sosial dengan keuntungan keuangan. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip hukum dan etika dalam setiap transaksi, mereka dapat membangun reputasi yang baik dan membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan.

A. DESKRIPSI

Alur pelaksanaan pembuatan Model alur pembuatan prototype/Model :



B. GAMBAR/FOTO PENDUKUNG

LEGAL DAN ETIKA

Dosen : Ardiansyah
Anggota

- Cicelya Alvina
- Cristian Wijaya
- Niken Amberta
- Bayu Seno Aljulito
- Ridho Aviansyah

LEGAL BISNIS



Legal dalam bisnis merupakan sebuah aspek yang membahas tentang berbagai regulasi, seperti pajak, perlindungan konsumen, perizinan, dsb.



MANFAAT LEGAL



1. Perlindungan Hukum
2. Kepercayaan Konsumen
3. Stabilitas Bisnis
4. Kemudahan Kerjasama

DAMPAK NEGATIF LEGAL



1. Hilangnya Perlindungan Hukum
2. Sanksi dan Denda Hukum
3. Kepercayaan Konsumen Berkurang



ETIKA BISNIS



Etika bisnis melibatkan suatu penilaian pada suatu tindakan yang mempertimbangkan nilai moral dan dampak sosial.

PRINSIP ETIKA BISNIS

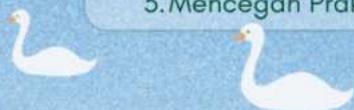


1. Prinsip Otonomi
2. Prinsip Kejujuran
3. Prinsip Keadilan
4. Prinsip Integritas Moral

TUJUAN ETIKA BISNIS



1. Membangun Kepercayaan
2. Menjaga Reputasi Bisnis
3. Mencegah Praktik Tidak Adil



C. HKI (jika ada: nomor dan sertifikat)

Baru Draff

Jakarta, 8 Juli 2025
Ketua Pelaksana



.Ardiansyah Rasyid AK., M.M
0326096601/10198033

LEGAL DAN ETIKA

Dosen : Ardiansyah
Anggota

- Cicelya Alvina
- Cristian Wijaya
- Niken Amberta
- Bayu Seno Aljulito
- Ridho Aviansyah

LEGAL BISNIS



Legal dalam bisnis merupakan sebuah aspek yang membahas tentang berbagai regulasi, seperti pajak, perlindungan konsumen, perizinan, dsb.



MANFAAT LEGAL



1. Perlindungan Hukum
2. Kepercayaan Konsumen
3. Stabilitas Bisnis
4. Kemudahan Kerjasama

DAMPAK NEGATIF LEGAL



1. Hilangnya Perlindungan Hukum
2. Sanksi dan Denda Hukum
3. Kepercayaan Konsumen Berkurang



ETIKA BISNIS



Etika bisnis melibatkan suatu penilaian pada suatu tindakan yang mempertimbangkan nilai moral dan dampak sosial.

PRINSIP ETIKA BISNIS



1. Prinsip Otonomi
2. Prinsip Kejujuran
3. Prinsip Keadilan
4. Prinsip Integritas Moral

TUJUAN ETIKA BISNIS



1. Membangun Kepercayaan
2. Menjaga Reputasi Bisnis
3. Mencegah Praktik Tidak Adil

