

MENJAGA KEPATUHAN ETIKA BISNIS: DALAM PERSPEKTIF MENINGKATKAN EKSISTENSI PERUSAHAAN RITEL

Zahrotul Hayati¹, Eko Pradana², Priyo Susilo³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Tangerang

Email : zahrotulhayati567@gmail.com¹, ekopradanae97@gmail.com², priyoapril9@gmail.com³

Abstrak

Menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis menjadi salah satu faktor kunci dalam menjamin keberlangsungan dan eksistensi perusahaan ritel di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis: dalam perspektif peningkatan eksistensi perusahaan ritel. Data yang dianalisis dalam penelitian ini dengan metode tinjauan pustaka, dari sumber data berupa buku, jurnal terkait, dan artikel yang dimuat di jurnal nasional, menunjukkan bahwa usaha ritel yang dijalankan dengan tetap menjaga kepatuhan etika bisnis sesuai dengan filosofi, prinsip, dan tujuan etika bisnis akan memperoleh manfaat, yaitu (a) akan lebih transparan dan patuh terhadap hukum, (b) akan lebih menarik bagi pelanggan, mitra bisnis, dan investor, (c) akan lebih mudah memperoleh modal dari investor, (d) akan lebih mudah menarik tenaga kerja yang berkualitas, dan (e) akan lebih mudah membangun kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan. Sehingga kepercayaan dan loyalitas pelanggan, reputasi dan kinerja perusahaan, keberlangsungan dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang akan semakin meningkat. Menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis dalam perspektif peningkatan eksistensi perusahaan ritel, dalam aktualisasinya yaitu berupa komitmen perusahaan dalam menerapkan etika bisnis dalam kehidupan sehari-hari di perusahaan secara konsisten dan berkelanjutan dalam jangka panjang, dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut: (a) menyusun kode etik perusahaan yang sesuai dengan filosofi, prinsip, dan tujuan kode etik bisnis, (b) memberikan pendidikan dan pelatihan kepada manajemen dan karyawan operasional tentang pentingnya kode etik perusahaan, (c) menetapkan mekanisme pelaporan dalam penegakan kode etik perusahaan, (d) memantau dan mengevaluasi kepatuhan terhadap penerapan kode etik perusahaan, dan (e) membina budaya kepatuhan terhadap kode etik perusahaan.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Keberadaan Perusahaan Ritel.

Abstract

Maintaining compliance with business ethics is one of the key factors in ensuring the sustainability and existence of retail companies in the midst of increasingly tight competition. This study aims to determine maintaining compliance with business ethics: in the perspective of increasing the existence of retail companies. The data analyzed in this study using the literature review method, from data sources in the form of books, related journals, and articles published in national journals, show that retail businesses that are run by maintaining compliance with business ethics in accordance with the philosophy, principles, and objectives of business ethics will benefit,

namely (a) will be more transparent and compliant with the law, (b) will be more attractive to customers, business partners, and investors, (c) will be easier to obtain capital from investors, (d) will be easier to attract qualified workers, and (e) will be easier to build trust and loyalty from customers. So that customer trust and loyalty, company reputation and performance, company sustainability and existence in the long term will increase. Maintaining compliance with business ethics in the perspective of increasing the existence of retail companies, in its actualization, namely in the form of a company's commitment to implementing business ethics in daily life in the company consistently and sustainably in the long term, can be done in the following ways: (a) compiling a company code of ethics that is in accordance with the philosophy, principles, and objectives of the business code of ethics, (b) providing education and training to management and operational employees about the importance of the company code of ethics, (c) establishing a reporting mechanism in enforcing the company code of ethics, (d) monitoring and evaluating compliance with the implementation of the company code of ethics, and (e) fostering a culture of compliance with the company code of ethics.

Keywords: *Business Ethics, Existence Of Retail Companies.*

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan dinamis, khususnya untuk bisnis ritel yang menjual produknya secara langsung kepada konsumen akhir, sebagai calon pelanggannya, menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis menjadi hal yang sangat penting dan strategis bagi perusahaan untuk mempertahankan keberlanjutan dan eksistensinya dalam jangka panjang. Etika bisnis dalam perusahaan ritel bukan hanya tentang aturan dan norma, tetapi juga tentang membangun kepercayaan dan reputasi positif di mata *stakeholders*. Etika bisnis menjadi pondasi yang wajib dimiliki oleh para pelaku bisnis ritel dalam menciptakan citra positif bagi perusahaan. Menjaga ketaatan terhadap etika bisnis menjadi landasan penting bagi kesuksesan bisnis ritel yang berkelanjutan, terutama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas dengan para calon pelanggan yang potensial dalam jangka panjang.

Etika bisnis adalah sebuah nilai-nilai moral yang harus dipegang teguh dalam menjalankan bisnis, seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial (Admin IKA, 2021). Menurut sumber dari *Harvard Business Review*, seorang Ahli Etika Bisnis yaitu *Joseph L. Badaracco Jr.*, mengatakan bahwa etika bisnis bukan hanya tentang menjadi baik, tetapi juga tentang menjadi bijaksana “ *being ethical is not the same as being good; it is about being wise*”.

Etika bisnis akan menciptakan nilai tambah, menciptakan citra positif dan menciptakan kepercayaan konsumen bagi suatu kegiatan bisnis. Penerapan prinsip etika bisnis dalam kegiatan bisnis sangat penting karena secara tidak langsung berpengaruh terhadap pencapaian laba serta dalam peningkatan perekonomian para pelaku bisnis (Ellyn Citra Putrantri, 2023). Etika bisnis dalam perusahaan ritel adalah nilai-nilai moral seperti tanggung jawab sosial, transparansi, keadilan dan lain-lain yang harus dipegang teguh oleh perusahaan ritel dalam menjalankan bisnisnya.

Selain indikator keuangan, perusahaan ritel harus memperhatikan aspek keberlanjutan serta tanggung jawab sosial dan lingkungan yang sering kali menjadi fokus dalam penilaian etika bisnis. Kinerja keberlanjutan perusahaan ritel, yang meliputi praktek ramah lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan, semakin penting untuk menjamin atas eksistensi perusahaan. Banyak konsumen dan pemangku kepentingan mengharapkan perusahaan tidak hanya fokus pada laba tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari operasinya. Oleh karena itu, perusahaan ritel harus mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dalam strategi bisnis mereka (Saiful, 2024).

Perusahaan ritel, sebagai bagian dari industri yang langsung berhubungan dengan konsumen, dituntut untuk mengedepankan transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap aktivitasnya. Kinerja keuangan yang sehat, dikombinasikan dengan praktik etika bisnis yang baik, akan membantu perusahaan ritel mempertahankan keunggulan kompetitif dan mencapai kesuksesan di pasar yang semakin kompetitif (Saiful, 2024). Persaingan yang semakin ketat serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu-isu sosial dan lingkungan membuat perusahaan tidak hanya dituntut untuk menawarkan produk atau layanan berkualitas, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap prinsip-prinsip etika bisnis. Etika bisnis mengacu pada seperangkat nilai, norma, dan prinsip yang menjadi panduan bagi perusahaan dalam menjalankan operasionalnya secara bertanggung jawab.

Pada bisnis ritel, penerapan etika bisnis memiliki peran strategis, mulai dari memastikan hubungan yang adil dengan pemasok, memberikan informasi yang jujur kepada konsumen, hingga menjaga integritas dalam pengelolaan karyawan. Ketidapatuhan terhadap etika bisnis dapat

berakibat pada penurunan reputasi, hilangnya kepercayaan pelanggan, hingga potensi sanksi hukum, yang pada akhirnya dapat mengancam keberlangsungan dan eksistensi perusahaan.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis mengenai bagaimana menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis dapat menjadi strategi utama dalam meningkatkan eksistensi perusahaan ritel di tengah tantangan persaingan yang semakin kompleks dan dinamis. Dengan memadukan kajian teoritis, studi ini akan mengungkapkan berbagai manfaat yang diperoleh perusahaan dari implementasi etika bisnis, termasuk peningkatan loyalitas pelanggan, reputasi yang positif, dan keberlanjutan operasional.

Dalam tulisan ini, akan dijelaskan mengenai pentingnya menjaga kepatuhan dengan menerapkan dan mengintegrasikan filosofi, prinsip-prinsip, dan tujuan etika bisnis ke dalam strategi perusahaan ritel sebagai upaya meningkatkan berkelanjutan dan eksistensi perusahaan. Hal ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi perusahaan ritel, sebagai sebuah pendekatan dalam menjalankan usahanya, sehingga dalam menjalankan usahanya tidak hanya bertujuan untuk mencapai keberhasilan finansialnya saja, tetapi juga dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dengan pendekatan ini, perusahaan ritel dapat terus menjaga eksistensinya di tengah perubahan kebutuhan dan harapan konsumen yang semakin tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dan sumber data dalam kajian ini adalah buku-buku, jurnal-jurnal yang berkaitan, maupun artikel-artikel yang terbit di jurnal nasional. Kajian literatur ini memiliki beberapa tahapan-tahapan yang digunakan, mulai dari pengumpulan data, reduksi data, display data, pembahasan hingga kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjaga Kepatuhan Etika Bisnis

Dalam Sub Bab 3.1 ini akan dibahas mengenai menjaga kepatuhan etika bisnis pada perusahaan ritel: Dalam perspektif filosofi, pengertian, prinsip, dan tujuan etika bisnis, dengan penjelasan seperti berikut ini.

Menjaga Kepatuhan Etika Bisnis Pada Perusahaan Ritel: Dalam Perspektif Filosofi Etika Bisnis

Dalam menjalankan bisnis, lebih khusus pada perusahaan ritel yang menjual produk (barang dan jasa) secara langsung kepada konsumen akhir, biasanya muncul persoalan berupa pertanyaan, mengenai sikap-sikap etis apa saja yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis, agar dalam pelayanan kepada klien bisa menjadi baik, dan pada gilirannya usaha bisnis dapat berhasil dan berkembang baik dalam jangka panjang. Dalam konteks ini, pembahasan untuk menjawab persoalan tersebut syarat dengan muatan filosofis terutama pendekatan secara etika (Rosmayati, 2023), serta mengenai bagaimana aktualisasinya dalam dunia bisnis ritel, dengan penjelasan sebagai berikut.

Tiga prinsip filosofi mengenai etika meliputi prinsip imperatif, utilitarian, dan generalisasi. Prinsip imperatif menggambarkan sifat yang bersifat mengikat, sebuah keharusan, dan tidak dapat dilanggar. Prinsip utilitarian menggambarkan bahwa tindakan yang baik akan bermanfaat dan menguntungkan. Prinsip generalisasi adalah untuk membentuk kesimpulan yang umum yang berasal dari suatu kejadian atau hal. Sedangkan filosofi bisnis lebih mengarah pada serangkaian tata nilai dan kepercayaan yang dijadikan sebagai dasar dalam berbisnis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa filsafat etika bisnis adalah kajian mengenai prinsip-prinsip etika dan masalah moral dalam dunia bisnis.

Berdasarkan ketiga prinsip filosofi dari etika dan filosofi bisnis tersebut di atas, maka dapat dikatakan bahwa etika bisnis merupakan bagian dari etika terapan, yaitu cabang filsafat yang mempelajari perilaku manusia. Etika bisnis menerapkan standar moral dalam kegiatan berbisnis yang bersifat imperatif (mengikat sebagai suatu keharusan yang tidak dapat dilanggar), utilitarian (jika diterapkan akan bermanfaat dan menguntungkan), serta generalisasi (sebuah kepastian dari hal-hal tertentu yang dapat disimpulkan secara umum, artinya jika diterapkan pasti akan bermanfaat dan menguntungkan). Dalam konteks ini, seperti pada perusahaan ritel, penerapan etika bisnis dengan menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis menjadi sebuah keharusan, dengan tidak melanggarnya pasti akan memberikan manfaat dan keuntungan baik dari segi finansial maupun nonfinansial sehingga akan meningkatkan keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

Kesimpulannya perusahaan ritel yang menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis, yang sesuai dengan filosofi etika bisnis tersebut di atas, dalam bisnisnya akan menerapkan pendekatan berdasarkan paradigma: Meskipun laba penting, bisnis juga memiliki tanggung jawab sosial

kepada pelanggan, karyawan, masyarakat, dan lingkungan. Motif laba tidak dijadikan sebagai satu-satunya dasar dalam mendorong peningkatan produktivitas dengan menghalalkan segala cara, tidak fokus secara sempit hanya pada laba, tanpa memperhatikan etika bisnis. Perusahaan ritel akan memiliki paradigma bahwa menjaga kepatuhan etika bisnis, merupakan hal yang sangat penting dan strategis dalam mendorong peningkatan produktivitas serta keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

Menjaga Kepatuhan Etika Bisnis Pada Perusahaan Ritel: Dalam Perspektif Pengertian Etika

Bisnis Menurut *James J. Spillane SJ* pengertian etika adalah mempertimbangkan atau memperhatikan tingkah laku manusia dalam mengambil suatu keputusan yang berkaitan dengan moral. Etika lebih mengarah pada penggunaan akal budi manusia dengan objektivitas untuk menentukan benar atau salahnya serta tingkah laku seseorang kepada orang lain. Etika sangat berbeda dengan aturan, hukum, ataupun regulasi, dimana regulasi dan hukum jelas aturan dan sanksinya atau dengan kata lain regulasi atau hukum adalah etika yang sudah diresmikan. Jika melakukan pelanggaran hukum, sanksinya berupa pidana atau perdata, sedangkan melanggar etika sanksinya belum jelas atau hanya sanksi moral semata. Sehingga pada realitanya etika tidak begitu diperhatikan.

Seiring dengan perkembangannya, etika sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Etika memberi arah manusia bagaimana dia hidup dan melakukan kegiatan sehari-hari. Artinya etika membantu manusia dalam bersikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani kehidupan. Etika membantu membuat sebuah keputusan ataupun tindakan yang tepat, sehingga menjadikan etika melekat pada semua aspek kehidupan, termasuk dalam menjalankan bisnis ritel. Ini berarti bahwa etika berhubungan erat dengan tata cara berperilaku baik, dan kebiasaan seseorang yang diturunkan dari generasi ke generasi dalam kehidupan (Sari et al., 2021).

Etika bisnis adalah prinsip dan standar yang mengatur perilaku bisnis dalam konteks profesional (Febrian Nurfalalah, 2024). Kepatuhan etika bisnis adalah kepatuhan terhadap aturan, regulasi, dan hukum, serta nilai-nilai moral yang harus dipegang teguh dalam menjalankan bisnis seperti kejujuran dalam pemasaran dan periklanan, perlakuan adil terhadap karyawan, tanggung

jawab sosial perusahaan, pengelolaan limbah dan perlindungan lingkungan, transparansi dalam laporan keuangan, serta menghindari konflik kepentingan. Dalam konteks etika bisnis kepatuhan umumnya mengacu pada perusahaan atau pelaku bisnis dengan hukum dan peraturan yang relevan, yaitu mengikuti aturan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis pada bisnis ritel berarti menjalankan bisnis ritel dengan berintegritas, bertanggungjawab, dan berkesadaran sosial serta berkeadilan. Kepatuhan ini juga mencakup terhadap peraturan, kebijakan, dan persyaratan hukum. Menurut (Asida et al., 2021) bahwa etika bisnis sesungguhnya memiliki cakupan yang lebih luas daripada ketentuan yang berlaku dalam hukum. Etika bisnis bahkan memiliki standar yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan standar yang berlaku dalam hukum. Hal ini karena etika bisnis dapat bermain di wilayah abu-abu yang tidak diatur dalam hukum. Setiap kegiatan bisnis terikat dengan hukum dagang atau hukum bisnis. Dalam praktik hubungan bisnis, mungkin dapat timbul beberapa masalah sehingga perlu adanya kontrol melalui hukum yang berlaku. Hukum akan menentukan apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan seperti halnya etika. Hukum pun mengatur adanya konsekuensi bagi pelanggar.

Artinya dalam perspektif ini, menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis pada bisnis ritel mencakup hal yang lebih luas, bukan hanya sebatas kepatuhan terhadap peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, tetapi juga menjaga kepatuhan terhadap etika yang berlaku di masyarakat. Menjaga kepatuhan terhadap etika yang berlaku di masyarakat seperti berintegritas, bertanggungjawab, berkesadaran sosial, berkeadilan dan lain-lain menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam jangka Panjang.

Menjaga Kepatuhan Etika Bisnis Pada Perusahaan Ritel: Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Menumbuhkan budaya menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis dalam usaha ritel berarti menciptakan lingkungan kerja di mana seluruh *stakeholder* perusahaan, mulai dari manajemen hingga karyawan operasional, berkomitmen untuk mematuhi aturan, standar etika, dan nilai-nilai perusahaan secara konsisten. Budaya kepatuhan bukan hanya sekadar memenuhi persyaratan hukum, tetapi juga mencerminkan integritas dan tanggung jawab perusahaan terhadap semua pemangku kepentingan (Brenda Carnescia, 2024), termasuk bertanggung jawab secara sosial dan

lingkungan, sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Dalam perspektif ini, diantaranya, pihak perusahaan ritel dalam berbisnisnya harus terintegrasi dengan prinsip-prinsip etika bisnis. Berikut ini beberapa prinsip-prinsip etika bisnis dalam perusahaan ritel, yaitu :

1. Kejujuran Dan Transparansi

Kejujuran menjadi landasan utama dalam menjalani kehidupan, termasuk saat berbisnis ritel. Penerapan prinsip ini bukan hanya berlaku antara karyawan, atasan dan bawahan, melainkan juga kepada pelanggan dan pihak eksternal lainnya seperti pemasok dan investor. Khususnya kepada pelanggan dalam memasarkan produk dan menyampaikan periklannan harus jujur, karena ini akan sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan dan eksistensi perusahaan ritel dalam jangka panjang.

Etika bisnis dalam persaingan usaha ritel diantaranya berperan dalam menghindarkan penipuan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen, baik dari segi kualitas, kuantitas maupun pelayanan. Apabila produknya tidak layak konsumsi maupun tidak layak pakai, pelaku usaha wajib mengganti produk tersebut dengan produk yang lebih baru dan terjamin (*guaranteed*). Kejujuran pelaku bisnis dalam menawarkan produk yang dijualnya akan menumbuhkan kepercayaan terhadap pembeli. Dengan demikian, baik pembeli maupun pelaku usaha akan membentuk suatu simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan yang berkeadilan (Aviatri & Nilasari, 2021).

2. Keadilan

Dunia bisnis ritel banyak melibatkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Prinsip keadilan dalam berbisnis ritel berarti memperlakukan semua pihak dalam kegiatan bisnis dengan setara tanpa diskriminasi. Ketika semua pihak diperlakukan dengan adil, mereka akan lebih mudah percaya terhadap perusahaan. Sebagai contoh dalam penerapan gaji dan tunjangan harus sepadan berdasarkan penilaian kinerja dan kompetensi yang dimiliki oleh karyawan.

3. Otonomi

Dalam usaha bisnis ritel, otonomi merupakan prinsip yang penting untuk diterapkan. Pelaku usaha harus mampu mengambil keputusan yang sejalan dengan nilai-nilai etika bisnis tanpa intervensi dari pihak lain. Misalnya berani menolak tawaran yang menjanjikan keuntungan besar,

namun berpotensi merugikan orang lain atau melanggar hukum. Penerapan prinsip etika bisnis yang satu ini dapat mendongkrak kepercayaan dan citra positif dari pelanggan.

4. Integritas Moral

Dalam bisnis ritel dibutuhkan integritas moral yang tinggi, seperti jujur, adil, dan bertanggung jawab, untuk meningkatkan dan menjaga nama baik perusahaan. Misalnya integritas moral diwujudkan dalam bentuk penyusunan kode etik perusahaan yang jelas dan komprehensif sebagai pedoman perilaku dan pengambilan keputusan bagi seluruh karyawan, yang dijalankan secara konsisten.

5. Saling Menguntungkan

Inti dari etika bisnis ritel yaitu saling menguntungkan. Hal ini berarti setiap kegiatan bisnis ritel, baik internal maupun eksternal harus dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Bisnis ritel yang beretika tentu akan menghindari praktik perdagangan yang curang, seperti monopoli dan penetapan harga yang tidak adil. Hal ini dilakukan untuk memastikan semua pihak yang terlibat mendapatkan keuntungan secara adil.

Keterbukaan pelaku bisnis dalam menawarkan produk yang dijualnya akan menumbuhkan kepercayaan terhadap pembeli. Dengan demikian, baik pembeli maupun pelaku usaha akan membentuk suatu simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan (Aviatri & Nilasari, 2021).

Menjaga Kepatuhan Etika Bisnis Pada Perusahaan Ritel: Dalam Perspektif Tujuan Etika Bisnis

Etika bisnis dalam perusahaan ritel bukan hanya tentang aturan dan norma, tetapi juga tentang membangun kepercayaan dan reputasi positif di mata *stakeholders*. Etika bisnis menjadi pondasi yang wajib dimiliki oleh para pelaku bisnis ritel. Menjaga ketaatan terhadap etika bisnis menjadi landasan penting bagi kesuksesan bisnis ritel yang berkelanjutan, terutama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas dengan para calon pelanggan yang potensial. Dalam perspektif ini diantaranya, pihak perusahaan ritel dalam berbisnisnya harus terintegrasi dengan tujuan etika bisnis. Berikut ini beberapa tujuan dari etika bisnis dalam perusahaan ritel, yaitu :

1. Membangun Reputasi Bisnis

Perusahaan ritel yang menjaga ketaatan terhadap etika bisnis dengan diimbangi kualitas produk dan layanan yang prima akan mendapatkan reputasi yang baik dari pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Reputasi yang baik sangat penting buat perusahaan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

2. Menjaga Hubungan Baik Dengan *Stakeholder*

Etika bisnis bukan hanya tentang internal perusahaan, tetapi berhubungan juga dengan mitra bisnis, investor dan terutama dengan pelanggan. Membangun ketaatan terhadap etika bisnis dalam menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* adalah kunci untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Hubungan yang baik dengan *stakeholder* diawali dengan rasa saling menghormati. Sehingga akan terbangun komunikasi yang terbuka dan transparan, serta komitmen untuk menyelesaikan masalah bersama.

3. Membangun Keberlanjutan Bisnis

Menjaga kepatuhan etika bisnis dalam bisnis ritel menjadi dasar dalam membangun keberlanjutan bisnis ritel dalam jangka panjang. Penerapan praktik bisnis ritel yang berkelanjutan dalam bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan dapat membantu dalam meningkatkan keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Dalam jangka pendek, bisnis yang tidak memperhatikan etika bisnis bisa jadi akan dapat keuntungan tetapi dalam jangka panjang biasanya bermasalah dan mendapatkan sanksi moral dari masyarakat. Dengan kata lain jika memang ingin mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang, diantaranya perusahaan harus memiliki komitmen dalam menjaga kepatuhan etika bisnis secara konsisten dan berkelanjutan (Sari et al., 2021).

4. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Menjaga kepatuhan etika bisnis dalam bisnis ritel memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Para pelanggan cenderung lebih percaya dan puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan yang berintegritas.

Dalam pelaksanaannya, usaha ritel perlu memperhatikan kepuasan pelanggan demi mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan dengan menambah dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan. *Kotler* menuturkan secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah

perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terwujud adalah “*the expectancy disconfirmation model*”. Kepuasan atau ketidakpuasan ditentukan oleh sebuah proses evaluasi oleh konsumen, dimana persepsi konsumen mengenai kinerja suatu produk atau jasa dibandingkan dengan standar kinerja yang mereka diharapkan. Proses tersebut bisa disebut proses diskonfirmasi (*disconfirmation process*). Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, maka konsumen mempunyai harapan bagaimana fungsi dari produk tersebut (Muhammad Nuskan Abdi, 2023). Produk yang memiliki fungsi lebih baik dari yang diharapkan, akan menjadikan konsumen merasa lebih puas.

5. Meningkatkan Kesadaran Moral

Menjalankan bisnis ritel bukan semata-mata tentang keuntungan, tetapi juga nilai dan sikap yang dijunjung tinggi. Penerapan etika bisnis dapat membantu menghindari perselisihan dan membangun bisnis yang berintegritas.

Moral dapat menjadi tolak ukur untuk perkembangan eksistensi bisnis, karena moral telah menjadi bagian yang integral yang tidak dapat dipisahkan apalagi dihilangkan dari bisnis. Karena tujuan dalam berbisnis bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata, namun lebih dari itu, yaitu bisnis juga harus memberikan manfaat bukan hanya buat pelaku bisnis tetapi juga buat orang lain dan lingkungan dalam jangka Panjang (Annisa Siti Nur Jannah, 2023).

Menjaga ketaatan etika bisnis ritel yang sesuai dengan tujuan tersebut di atas merupakan langkah penting untuk membangun keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

Menjaga Kepatuhan Etika Bisnis Pada Perusahaan Ritel: Dalam Perspektif Manfaat Etika Bisnis

Dalam perspektif ini, bisnis ritel yang dijalankan berdasarkan kepada menjaga kepatuhan etika bisnis yang sesuai dengan filosofi, prinsip-prinsip, dan tujuan etika bisnis akan memberikan manfaat finansial maupun nonfinansial yang lebih optimal bagi pelaku bisnis, orang lain dan lingkungan dalam jangka panjang. Sehingga keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam

jangka panjang akan semakin meningkat. Berikut ini beberapa manfaat dari menjaga kepatuhan etika bisnis dalam perusahaan ritel, yaitu :

1. Perusahaan akan lebih transparan dan patuh terhadap hukum
2. Perusahaan akan lebih menarik bagi pelanggan, mitra bisnis, dan investor
3. Perusahaan akan lebih mudah dalam mendapatkan modal dari investor
4. Perusahaan akan lebih mudah dalam menarik tenaga kerja yang berkualitas
5. Perusahaan akan lebih mudah dalam membangun kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan

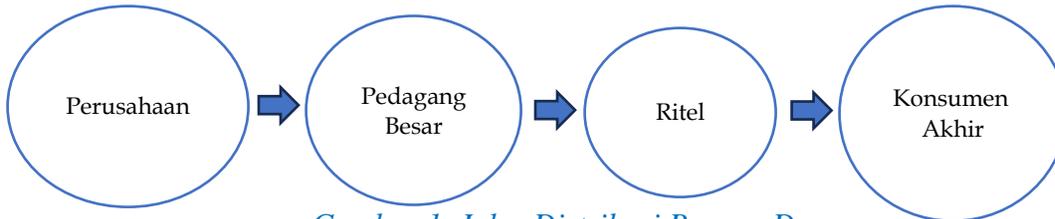
Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kesuksesan perusahaan di sektor ritel. Loyalitas ini mencakup berbagai aspek, seperti kepuasan pelanggan, persepsi terhadap kualitas produk, dan hubungan yang dibangun antara perusahaan dan pelanggan. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga menjadi aset berharga bagi Perusahaan (Brenda Carnescia, 2024).

Eksistensi Perusahaan Ritel

Menurut (Ariefah Sundari, 2021) ritel berasal dari bahasa Perancis *ritellier* yang berarti memotong, memecah, atau membagi menjadi bagian menjadi lebih kecil. Bisnis ritel dikenal sebagai semua kegiatan yang terkait dengan upaya untuk menambah nilai pada barang dan jasa yang dijual langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan untuk dijual kembali, seperti pada Gambar 1. Dalam kamus bahasa Inggris–Indonesia, *retail* juga bisa diartikan sebagai eceran. Pengertian *retailing* adalah semua aktivitas yang mengikut sertakan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan, sehingga retail bisa dimaknai sebagai suatu kegiatan yang terdiri dari aktivitas-aktivitas bisnis yang terlibat dalam hal menjual barang dan jasa kepada konsumen untuk kepentingannya sendiri, keluarga ataupun rumah tangga. Sedangkan manajemen ritel adalah pengaturan keseluruhan faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses perdagangan barang dan jasa kepada konsumen.

Bisnis ritel merupakan salah satu cara pemasaran produk meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan barang pribadi dan bukan untuk tujuan bisnis. Kelebihan dari bisnis ini yaitu kegiatan perdagangan penjualan

barang secara langsung kepada konsumen terakhir. Semua barang yang dijual merupakan barang yang dimanfaatkan untuk keperluan rumah tangga (Masrur & Yanti, 2022).



Gambar 1. Jalur Distribusi Barang Dagangan

Bisnis ritel di Indonesia sekarang ini, sudah masuk dalam jajaran industri, bahkan bisnis ini dapat dikatakan merupakan industri strategis yang ikut memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Industri ritel memiliki kontribusi terbesar kedua terhadap pembentukan *Gross Domestic Product* (GDP) setelah industri pengolahan. Dalam konteks nasional dan global dapat dikatakan bahwa potensi pasar ritel Indonesia tergolong cukup besar. Karena, selain ketersediaan pangsa pasar yang besar, juga disebabkan kemampuan masyarakat Indonesia pada daya beli yang masih terjangkau (Masrur & Yanti, 2022).

Perkembangan bisnis ritel diberbagai daerah di Indonesia kembali bangkit pasca diterjang gelombang Covid-19 pada awal tahun 2020. Berdasarkan siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia nomor HM.4.6/434/SET.M.EKON.3/08/2022 yang disampaikan oleh Sesmenko Susiwijono, bisnis ritel menjadi indikator utama untuk melihat bagaimana *leading indicators* makro berjalan, diantaranya dengan melihat bagaimana harga ritel dan perkembangannya disamping berbagai indikator yang lain, jumlah tersebut sangat penting di tengah berbagai ketidakpastian global yang berada di depan mata namun relatif bisa dikendalikan (Haryo Limanseto, 2022).

Menurut (Muhammad Nuskan Abdi, 2023) Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan sebesar 8.7 % pada 2022-07. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 4.1 % untuk 2022-06. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 8.5 % dari 2011-01 sampai 2022-07, dengan 139 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada 2013-12 dan rekor terendah sebesar -20.6 % pada 2020-05. Perkembangan

pertumbuhan penjualan ritel di Indonesia untuk terendah pada 2020-05 sebesar -20,6% dikarenakan adanya masa pandemik Covid-19 (CEIC, 2022).

Banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan eksistensi perusahaan ritel, baik faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan. Faktor internal yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan eksistensi perusahaan ritel, diantaranya adalah faktor dalam menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis. Hal ini dikarenakan kelebihan dari bisnis ini yaitu kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen terakhir. Sehingga menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan, merupakan kata kunci yang dapat menjamin keberlanjutan dan eksistensi bisnis ini dalam jangka panjang.

Selanjutnya apa yang dimaksud dengan meningkatkan eksistensi perusahaan ritel. Eksistensi diartikan keberadaan, kehadiran atau hal yang berada. Kata ini berasal dari Bahasa Latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, atau memiliki keberadaan aktual. Eksistensi tidak hanya sebatas keberadaan fisik, tetapi juga tentang makna, tujuan, dan relevansinya dalam kehidupan manusia. Jadi meningkatkan eksistensi perusahaan ritel adalah cara dari perusahaan ritel dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan, yang secara aktual sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini diantaranya dapat dilakukan dengan menjaga kepatuhan perusahaan terhadap etika bisnis seperti memberikan informasi yang benar dalam pemasaran dan periklanan produk, memberikan dampak positif terhadap kehidupan sosial dan lingkungan (CSR), berkeadilan dalam menetapkan harga dan lain-lain.

Menjaga Kepatuhan Etika Bisnis: Dalam Perspektif Meningkatkan Eksistensi Perusahaan Ritel

Menjaga kepatuhan etika bisnis dalam perspektif meningkatkan eksistensi perusahaan ritel, dalam aktualisasinya yaitu berupa komitmen perusahaan untuk menerapkan etika bisnis dalam kehidupan sehari-hari di perusahaan secara konsisten dan berkelanjutan dalam jangka panjang. Penerapan etika bisnis pada perusahaan ritel tersebut dapat dilakukan dengan cara, yaitu (a) menyusun kode etik perusahaan yang sesuai dengan filsafat, prinsip, dan tujuan dari kode etik bisnis, (b) melakukan pendidikan dan pelatihan terhadap manajemen dan karyawan operasional tentang pentingnya kode etik perusahaan, (c) menetapkan mekanisme pelaporan dalam penegakan

kode etik perusahaan, (d) memantau dan mengevaluasi kepatuhan terhadap pelaksanaan kode etik perusahaan, serta (e) menumbuhkan budaya kepatuhan terhadap kode etik perusahaan. Mengenai pelaksanaan dari cara penerapan etika bisnis tersebut, akan dijelaskan seperti berikut ini.

Menyusun kode etik perusahaan yang sesuai dengan filsafat, prinsip, dan tujuan dari kode etik bisnis.

Kode etik dalam usaha retail dapat disusun dengan mempertimbangkan nilai-nilai inti perusahaan dan prinsip-prinsip etika bisnis. Kode etik ini dapat menjadi pedoman bagi manajemen dan karyawan operasional dalam mengambil keputusan dan tindakan sehari-hari. Berikut beberapa prinsip etika bisnis yang dapat dipertimbangkan dalam menyusun kode etik usaha retail, yaitu (a) kejujuran dan transparansi, (b) tanggungjawab sosial, (c) keadilan dan kesetaraan, (d) menghormati hak cipta dan hak kekayaan intelektual, (e) menghargai privasi dan kerahasiaan, (f) menghindari konflik kepentingan, (g) tidak melakukan korupsi atau suap, dan (h) menjaga lingkungan hidup.

Melakukan pendidikan dan pelatihan terhadap manajemen dan karyawan operasional tentang pentingnya kode etik Perusahaan.

Pendidikan dan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kognitif (pengetahuan), efektif (pemahaman), dan psikomotor (bersikap dan bertindak) dari manajemen dan karyawan operasional mengenai pentingnya menjaga kepatuhan etika bisnis dalam meningkatkan keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Materi dalam pendidikan dan pelatihan tersebut sesuai dengan kode etik perusahaan serta disampaikan oleh pemateri yang benar-benar kompeten di bidangnya.

Menetapkan mekanisme pelaporan dalam penegakan kode etik Perusahaan

Menetapkan mekanisme pelaporan dalam penegakan kode etik perusahaan ritel berarti membangun sistem yang memungkinkan perusahaan untuk menangani pelanggaran etika, memastikan kepatuhan terhadap kode etik, dan memelihara budaya transparansi. Mekanisme ini terdiri dari dua aspek utama:

1. Mekanisme Pelaporan

Mekanisme pelaporan adalah sistem yang memungkinkan karyawan, mitra bisnis, atau pelanggan untuk melaporkan pelanggaran atau potensi pelanggaran etika bisnis secara aman dan mudah. Tujuannya adalah untuk mendeteksi dan menyelesaikan masalah sejak dini sebelum berkembang menjadi isu yang lebih besar. Komponen utama mekanisme pelaporan, meliputi (a) saluran pelaporan: menyediakan berbagai saluran untuk pelaporan, seperti *hotline*, email khusus, *platform online*, atau kotak saran anonim, (b) kerahasiaan dan anonimitas, menjamin bahwa identitas pelapor dilindungi untuk menghindari dampak negatif atau balasan (*retaliation*), serta (c) aksesibilitas, yaitu saluran pelaporan harus mudah digunakan oleh semua pihak terkait, baik internal (karyawan) maupun eksternal (pemasok, pelanggan).

2. Mekanisme Penegakan

Mekanisme penegakan mencakup prosedur untuk menangani laporan pelanggaran, menyelidiki insiden, dan mengambil tindakan yang diperlukan. Tujuannya adalah memastikan bahwa setiap pelanggaran direspon secara adil dan konsisten sesuai dengan nilai-nilai perusahaan. Proses ini melibatkan, yaitu:

- a. penyelidikan yang adil, yaitu menentukan fakta-fakta dengan obyektif melalui proses investigasi yang profesional,
- b. pemberian sanksi, yaitu menegakkan sanksi yang sesuai terhadap pelanggaran, baik itu berupa peringatan, pelatihan ulang, atau tindakan hukum jika diperlukan,
- c. tindakan perbaikan, yaitu mengambil langkah-langkah untuk mencegah pelanggaran serupa di masa depan, seperti memperbarui kebijakan atau memperkuat pelatihan etika,
- d. pelaporan hasil, yaitu menyampaikan hasil tindakan kepada pihak terkait untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap penegakan etika.

Dengan adanya mekanisme penegakan dan pelaporan tersebut, akan diperoleh manfaat, yaitu:

- a) meningkatkan kepercayaan, yaitu memberikan keyakinan kepada karyawan dan pelanggan bahwa perusahaan serius menangani pelanggaran.
- b) mencegah risiko, yaitu mengurangi kemungkinan terjadinya kerugian finansial atau reputasi akibat pelanggaran etika

- c) memperkuat budaya etis, serta (d) menanamkan nilai-nilai kejujuran dan tanggung jawab di seluruh organisasi.

Dalam usaha ritel, mekanisme ini sangat penting karena sifat bisnisnya yang berhubungan langsung dengan konsumen, mitra, dan karyawan. Mekanisme ini menjadi alat untuk menjaga reputasi perusahaan sekaligus memastikan operasional yang bertanggung jawab sehingga akan meningkatkan keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

3. Memantau dan Mengevaluasi Kepatuhan

Memantau dan mengevaluasi kepatuhan usaha ritel merujuk pada proses sistematis untuk memastikan bahwa perusahaan ritel menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan standar, peraturan, dan kode etik yang telah ditetapkan. Proses ini melibatkan pengawasan berkelanjutan, penilaian berkala, dan langkah-langkah perbaikan untuk menjaga integritas, efisiensi, dan keberlanjutan perusahaan.

- Memantau Kepatuhan

Memantau kepatuhan adalah proses pengawasan rutin terhadap implementasi kebijakan dan prosedur yang ditetapkan dalam perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mendeteksi pelanggaran atau potensi risiko sebelum berkembang menjadi masalah besar. Komponen utama dalam memantau kepatuhan, meliputi (a) audit internal, yaitu pemeriksaan berkala terhadap dokumen, transaksi, dan proses operasional untuk memastikan kesesuaiannya dengan standar yang berlaku, (b) pengawasan harian, yaitu pemantauan langsung terhadap aktivitas ritel, seperti pelayanan pelanggan, penanganan stok, atau transaksi keuangan, untuk memastikan bahwa semuanya berjalan sesuai kebijakan, (c) penggunaan teknologi, yaitu mengadopsi sistem berbasis teknologi, seperti perangkat lunak manajemen kepatuhan, untuk mendeteksi penyimpangan secara otomatis.

- Mengevaluasi Kepatuhan

Mengevaluasi kepatuhan adalah proses menilai efektivitas kebijakan, prosedur, dan sistem yang telah diterapkan dalam perusahaan. Evaluasi ini biasanya dilakukan secara berkala dan melibatkan analisis mendalam terhadap data kepatuhan. Langkah-langkah utamanya, meliputi (a) penilaian risiko, yaitu mengidentifikasi area-area yang memiliki risiko tinggi terhadap

pelanggaran, seperti praktik perekrutan, hubungan dengan pemasok, atau penanganan keluhan pelanggan, (b) umpan balik dari pemangku kepentingan, yaitu mengumpulkan masukan dari karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis untuk menilai apakah kebijakan yang ada telah dijalankan dengan benar, (c) laporan kepatuhan, yaitu menyusun laporan yang merangkum temuan dari proses evaluasi dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan.

Dengan adanya mekanisme memantau dan mengevaluasi kepatuhan tersebut akan diperoleh manfaat, yaitu (a) meningkatkan transparansi, yaitu memastikan bahwa semua aktivitas perusahaan dilakukan secara terbuka dan sesuai dengan standar yang berlaku, (b) mengelola risiko, yaitu mengurangi potensi pelanggaran hukum, penurunan reputasi, atau kerugian finansial akibat ketidakpatuhan, (c) memperbaiki kinerja, yaitu mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan memberikan solusi untuk meningkatkan efisiensi operasional, (d) membangun kepercayaan, yaitu menunjukkan kepada karyawan, pelanggan, dan mitra bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap prinsip-prinsip etika dan kepatuhan.

Dalam konteks usaha ritel, pemantauan dan evaluasi kepatuhan sangat penting karena sifat industri ini yang melibatkan banyak pihak, seperti pemasok, karyawan, dan konsumen. Dengan memantau dan mengevaluasi kepatuhan, perusahaan ritel dapat mempertahankan reputasinya, mengelola risiko, dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar.

Menumbuhkan budaya kepatuhan terhadap kode etik perusahaan.

Etika bisnis adalah karakter yang digunakan untuk membedakan antara hal yang baik dan buruk, benar atau salah, harus atau tidak, dan lain-lain, merupakan prinsip umum yang mengoreksi seseorang untuk menerapkannya dalam perilaku mereka dalam dunia bisnis. Di era sekarang ini di mana teknologi berkembang sangat pesat, orang sering kali dapat memahami dalam dunia bisnis tentang sebuah bisnis yang memiliki tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Dalam hukum ekonomi yang terus mengandalkan modal yang kecil dan juga ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tidak menutup kemungkinan pelaku usaha mendominasi pelaku usaha lainnya sehingga melakukan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang sangat besar (Rianti, 2021). Prinsip untuk mendapatkan keuntungan yang

sebesar-besarnya tersebut dapat berpontesi untuk menghalalkan segala cara dengan tidak mengindahkan etika bisnis.

Menumbuhkan budaya kepatuhan etika bisnis dalam usaha ritel berarti menciptakan lingkungan kerja di mana seluruh anggota organisasi, mulai dari manajemen hingga karyawan operasional, berkomitmen untuk mematuhi aturan, standar etika, dan nilai-nilai perusahaan secara konsisten. Budaya kepatuhan bukan hanya sekadar memenuhi persyaratan hukum, tetapi juga mencerminkan integritas dan tanggung jawab perusahaan terhadap semua pemangku kepentingan (Brenda Carnescia, 2024).

Kepatuhan perusahaan terhadap regulasi hukum perlindungan konsumen memainkan peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan, terutama di sektor ritel yang sangat kompetitif. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan landasan bagi konsumen untuk mendapatkan hak-hak mereka, serta mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jujur, jaminan kualitas produk, dan penanganan keluhan yang tepat (Brenda Carnescia, 2024).

Berikut ini, adalah elemen utama dalam menumbuhkan budaya kepatuhan etika bisnis, yaitu :

1. Komitmen dari Pimpinan
 - a. Pemimpin perusahaan harus menjadi teladan dalam menjalankan kepatuhan.
 - b. Manajemen puncak perlu mendukung secara aktif penerapan kebijakan kepatuhan dan menunjukkan integritas dalam pengambilan keputusan.
2. Penyusunan Kebijakan Yang Jelas
 - a. Perusahaan perlu menyusun pedoman atau kode etik yang mencakup nilai-nilai dan standar perilaku yang diharapkan.
 - b. Kebijakan harus spesifik, mudah dipahami, dan relevan dengan aktivitas usaha ritel.
3. Pendidikan dan Pelatihan
 - a. Memberikan pelatihan kepatuhan secara rutin kepada karyawan, termasuk pelatihan tentang etika bisnis, perlindungan konsumen, dan prosedur operasional.
 - b. Pelatihan ini membantu karyawan memahami peran mereka dalam menjaga kepatuhan dan mengenali konsekuensi dari pelanggaran.
4. Komunikasi yang Efektif

- a. Memastikan saluran komunikasi terbuka untuk menyampaikan informasi terkait kepatuhan.
 - b. Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk bertanya atau melaporkan pelanggaran tanpa rasa takut akan pembalasan.
5. Sistem Penghargaan dan Sanksi
- a. Memberikan penghargaan kepada karyawan atau tim yang menunjukkan kepatuhan tinggi sebagai bentuk motivasi.
 - b. Menegakkan sanksi secara tegas namun adil terhadap pelanggaran untuk menunjukkan pentingnya mematuhi aturan.
6. Mekanisme Pelaporan dan Penegakan
- a. Menyediakan saluran pelaporan anonim untuk karyawan atau pihak lain yang ingin melaporkan pelanggaran.
 - b. Menjamin kerahasiaan pelapor dan memastikan bahwa semua laporan ditindaklanjuti dengan penyelidikan yang transparan.
7. Evaluasi dan Peningkatan Berkelanjutan
- a. Secara rutin meninjau dan memperbarui kebijakan kepatuhan sesuai dengan perubahan dalam regulasi atau dinamika bisnis.
 - b. Melakukan survei atau penilaian budaya organisasi untuk mengetahui tingkat kepatuhan yang telah tercapai.

KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan studi yang telah disampaikan, dapat disimpulkan, sebagai berikut:

Bahwa bisnis ritel yang dijalankan dengan menjaga kepatuhan terhadap etika bisnis yang sesuai dengan filosofi, prinsip, dan tujuan etika bisnis akan mendapatkan manfaat, yaitu (a) akan lebih transparan dan patuh terhadap hukum, (b) akan lebih menarik bagi pelanggan, mitra bisnis, dan investor, (c) akan lebih mudah dalam mendapatkan modal dari investor, (d) akan lebih mudah dalam menarik tenaga kerja yang berkualitas, serta (e) akan lebih mudah dalam membangun kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan. Sehingga kepercayaan dan loyalitas pelanggan, reputasi dan kinerja perusahaan, keberlanjutan dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang akan semakin meningkat.

1. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor kunci yang sangat penting dan strategis dalam mencapai kesuksesan perusahaan ritel. Loyalitas ini mencakup berbagai aspek, seperti kepuasan pelanggan, persepsi terhadap kualitas produk, dan hubungan yang dibangun antara perusahaan dan pelanggan. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga menjadi aset berharga bagi perusahaan.
2. Menjaga kepatuhan etika bisnis dalam perspektif meningkatkan eksistensi perusahaan ritel, dalam aktualisasinya yaitu berupa komitmen perusahaan untuk menerapkan etika bisnis dalam kehidupan sehari-hari di perusahaan secara konsisten dan berkelanjutan dalam jangka panjang, dapat dilakukan dengan cara, yaitu (a) menyusun kode etik perusahaan yang sesuai dengan filsafat, prinsip, dan tujuan dari kode etik bisnis, (b) melakukan pendidikan dan pelatihan terhadap manajemen dan karyawan operasional tentang pentingnya kode etik perusahaan, (c) menetapkan mekanisme pelaporan dalam penegakan kode etik perusahaan, (d) memantau dan mengevaluasi kepatuhan terhadap pelaksanaan kode etik perusahaan, serta (e) menumbuhkan budaya kepatuhan terhadap kode etik perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin IKA. (2021). *Etika Dalam Berbisnis : Prinsip - prinsip Dan Pentingnya Di Dunia Bisnis*. IKA Universitas Muhammadiyah Metro. <https://ika.ummetro.ac.id/etika-dalam-berbisnis-prinsip-prinsip-dan-pentingnya-di-dunia-bisnis/>
- Annisa Siti Nur Jannah. (2023). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Minimarket 212 Family Mart Tambun Utara Bekasi. *DIRHAM: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 41–49. <https://doi.org/10.53990/dirham.v4i2.217>
- Ariefah Sundari, A. Y. S. (2021). *Manajemen Ritel Teori Dan Strategi Dalam Bisnis Ritel* (Muhammad Arif Syihabuddin (Ed.)). Academia Publication. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jLk1EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=teori+strategi+pemasaran+ritel&ots=k6W7H9Usyn&sig=CzJCEtMp2mCFhorhyUOF7DR0XeQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Asida, E., Vinuzia, M., & Yusril, M. (2021). Analisis Etika Bisnis Online Melalui Perspektif Penjual, Pembeli, Dan Penyedia Layanan Online Marketplace Di Indonesia. *Journal of Applied Business and Banking (JABB)*, 3(2), 116. <https://doi.org/10.31764/jabb.v3i2.11931>
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 6(02),194–205. <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>
- Brenda Carnescia. (2024). *Analisis Pengaruh Hukum Perlindungan Konsumen dan Kepatuhan Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sektor Ritel*. *JETBUS : Journal of Education Transportation and Business*, 1(2), 710–719.
- CEIC, D. (2022). *Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia*. CEIC, Data. <https://www.ceicdata.com/id/indicators#:~:text=Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan,-07%2C dengan 139 observasi>
- Ellyn Citra Putrantri, M. (2023). Pengaruh Prinsip Etika Bisnis Terhadap Peningkatan Perekomian Pedagang Kaki Lima Di Wilayah Kota Blitar. *Jurnal PETA*, 8(1), 137–149.
- Febrian Nurfalalah. (2024). *Penjelasan Tentang Etika Bisnis : Prinsip Dan Penerapan*. Prodi Administrasi Bisnis Telkom University. <https://bba.telkomuniversity.ac.id/penjelasan-tentang-etika-bisnis-prinsip-dan-penerapan/#:~:text=Pengertian Etika Bisnis,juga bermoral dan bertanggung jawab>
- Haryo Limanseto. (2022). *Penjualan Ritel Yang Tumbuh Tinggi di Tengah Tantangan Global Perlihatkan Daya Beli Masyarakat Mulai Kembali Pulih*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4449/penjualan-ritel-yang-tumbuh-tinggidi-tengah-tantangan-global-perlihatkan-daya-beli-masyarakat-mulai-kembali-pulih>
- Masrur, N. Y., & Yanti, M. (2022). Manajemen Bisnis Ritel Di Kota Manado Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 1259–1281.
- Muhammad Nuskan Abdi, W. A. Su. (2023). Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Seminar Nasional Ekonomi Bisnis*, 1(1), 146–164.

- Rianti, R. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.57>
- Rosmayati, S. (2023). Relevansi Etika Aristoteles Dalam Etika Bisnis Kontemporer. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 11(2), 75–85. <https://doi.org/10.56689/ekbis.v11i2.1161>
- Saiful, R. A. (2024). Analisis Kinerja Keuangan dan Etika Bisnis pada Perusahaan Ritel Syariah di Era Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 01(01), 1–7.
- Sari, D., Anastasia, D., Ferdiani, A., & Riau, U. M. (2021). Business Ethics in E-Commerce Etika Bisnis Dalam E-Commerce. *Research In Accounting Journal*, 1(3), 508–513. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/raj%7C>