

ETIKA BISNIS PADA PENJUALAN DENGAN SISTEM OBRAL DI TOKO SEPATU (Studi Kasus Toko Sepatu Arya Wringinanom, Gresik)

Putri Diana Sari^{1*}, Hendra Dwi Prasetyo²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya
email: ¹⁾ putripds00@gmail.com, ²⁾ hendra.prasetyo@stiemahardhika.ac.id

Article Info

Article history:

Received : 09 - 10, 2023

Revised : 28 - 10, 2023

Accepted : 26 - 11, 2023

Keywords:

Business Ethics; Consumer
Protection; Sale.

ABSTRACT

This research is motivated by the complexity of sales strategies used by merchants to attract consumer attention, with one of them involving the implementation of a "sale" system. In the general paradigm, the term "sale" is often associated with offering relatively affordable prices; however, it should be noted that the concept of "sale" in the context of this research includes multifaceted considerations from sellers to categorize a product as a sale item. A qualitative field research method was chosen to explore in depth the location and dynamics of the sales event that became the focus of the research. The results show that the sales practice of implementing a sale system at Arya Shoe Shop has proven to be effective in attracting consumer interest. Nevertheless, it is unfortunate that this practice does not fully comply with the principles of business ethics, especially in the aspect of dishonesty. Recommendations are given for the improvement of business integrity by paying attention to ethical principles, particularly involving honesty, so that the success of the sales strategy is not only assessed in financial terms but also from the perspective of integrity and consumer trust.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



*Corresponding Author:

Putri Diana Sari
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya
Email: putripds00@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Manusia, sebagai makhluk sosial, tidak dapat menghindari dari ketergantungan dan kerjasama dengan sesamanya. Dalam konteks kehidupan sehari-hari, transaksi jual beli menjadi bagian tak terpisahkan dari interaksi manusia. Kegiatan ini melibatkan dua pihak utama, yaitu penjual dan pembeli, yang saling membutuhkan satu sama lain untuk mencapai kebutuhan dan keinginan masing-masing. Dalam relasi ini, konsep ketergantungan dan saling membutuhkan menciptakan dinamika yang kompleks dalam dunia bisnis. Penjual bergantung pada pembeli untuk menjual produknya, sementara pembeli membutuhkan penjual untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Estijayandono, 2019). Oleh karena itu, transaksi jual beli seharusnya tidak hanya dipandang sebagai pertukaran materi, tetapi juga sebagai hubungan yang memerlukan integritas, kejujuran, dan pertimbangan etis.

Dalam kerangka transaksi jual beli, etika bisnis menjadi hal yang krusial. Etika membentuk dasar norma dan nilai moral yang mengatur perilaku individu dalam dunia bisnis (Azizah, 2020). Khususnya dalam aktifitas jual beli, etika berperan penting untuk memastikan bahwa transaksi tersebut berlangsung secara adil, jujur, dan berkeadilan. Etika bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan semata, tetapi juga tentang menjaga

keberlanjutan dan keseimbangan dalam hubungan antara penjual dan pembeli (Djakfar, 2019). Di tengah dinamika persaingan dan dorongan untuk mencapai laba maksimal, etika bisnis menjadi pedoman yang menentukan arah tindakan dan keputusan, sehingga memastikan bahwa keuntungan yang diperoleh tidak dicapai dengan merugikan pihak lain atau melanggar prinsip-prinsip moral yang mendasar.

Namun, realitas di lapangan sering kali menunjukkan bahwa posisi konsumen cenderung lemah. Faktor kesadaran yang rendah dan pendapatan terbatas membuat konsumen rentan terhadap praktik bisnis yang tidak etis. Etos bisnis yang tidak tepat, seperti hanya mengedepankan keuntungan tanpa mempertimbangkan keadilan, dapat memberikan dampak negatif pada posisi konsumen dalam transaksi jual beli (Usman, 2022). Konsumen yang tidak memiliki akses informasi yang memadai atau terjebak dalam situasi ekonomi yang sulit dapat menjadi korban dari praktik bisnis yang merugikan. Oleh karena itu, perlunya perlindungan dan pemberdayaan konsumen menjadi aspek penting dalam mewujudkan transaksi jual beli yang adil dan seimbang.

Dalam menghadapi tantangan ini, penekanan pada pentingnya etika bisnis menjadi semakin relevan. Etika bukan hanya tentang norma dan nilai, tetapi juga melibatkan kesadaran akan dampak sosial dari setiap tindakan bisnis (Djakfar, 2014). Konsep ini menjadi semakin jelas ketika melihat praktik penjualan dengan sistem obral, yang seringkali menimbulkan ketidakadilan terhadap konsumen. Oleh karena itu, perusahaan dan pelaku bisnis perlu menginternalisasi nilai-nilai etika bisnis agar transaksi jual beli dapat memberikan manfaat seimbang dan berkelanjutan bagi semua pihak terlibat. Etika bisnis juga bukan hanya tanggung jawab moral individu atau perusahaan, tetapi juga merupakan langkah strategis untuk membangun reputasi yang baik dan memperkuat hubungan jangka panjang antara pelaku bisnis dan konsumen.

Sebagai contoh nyata, di Gresik, terdapat toko yang menggunakan sistem penjualan obral untuk berbagai produk sepatu dan sandal. Meskipun terdapat label "Obral" di sekitar barang, kualitas produk yang diobral tidak sebanding dengan produk yang dijual secara reguler di toko tersebut. Praktik ini menciptakan ketidaksetaraan informasi antara penjual dan konsumen, yang pada akhirnya merugikan konsumen. Kasus ini menegaskan bahwa penegakan etika bisnis menjadi esensial untuk menjaga integritas dan keadilan dalam setiap transaksi jual beli. Implikasi dari praktik bisnis yang tidak etis tidak hanya merugikan konsumen secara individual, tetapi juga dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap bisnis secara keseluruhan (Ruslang et al., 2020). Oleh karena itu, pemberlakuan etika bisnis yang kuat bukan hanya keharusan moral, tetapi juga investasi untuk membangun fondasi bisnis yang berkelanjutan dan memenangkan hati konsumen jangka panjang.

Dengan demikian, kesadaran akan pentingnya etika bisnis perlu ditingkatkan di kalangan pelaku bisnis, konsumen, dan masyarakat pada umumnya. Pendidikan mengenai nilai-nilai etika bisnis dan dampak praktik bisnis terhadap keberlanjutan sosial dapat menjadi langkah awal untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan bertanggung jawab (Butarbutar, 2019). Hanya dengan membangun fondasi etika yang kuat, kegiatan jual beli dapat menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Etika bisnis bukan hanya konsep filosofis, tetapi juga pilar yang mendukung perkembangan bisnis yang berkelanjutan dan berdampak positif pada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi permasalahan yang telah diuraikan di atas, dengan fokus pada aspek Etika Bisnis dalam konteks perlindungan konsumen pada penjualan dengan menerapkan sistem obral di Toko Sepatu. Melalui studi kasus yang difokuskan pada Toko Sepatu Arya di Wringinanom, Gresik, penelitian ini akan mengeksplorasi dan menganalisis praktik penjualan serta strategi yang diterapkan oleh pedagang, dengan penekanan khusus pada pemahaman dan implementasi prinsip-prinsip etika bisnis. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika antara sistem obral, perlindungan konsumen, dan etika bisnis dalam konteks penjualan sepatu di tingkat lokal, dengan harapan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kebijakan bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian memegang peranan esensial dalam struktur penelitian, berfungsi sebagai kerangka kerja yang memberikan tanggung jawab ilmiah terhadap langkah-langkah yang diambil untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan (field research). Penelitian lapangan dipilih karena memungkinkan identifikasi lokasi peristiwa yang menjadi fokus penelitian. Pendekatan studi deskriptif dipilih untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat, serta hubungan fenomena yang sedang diselidiki. Penelitian ini secara khusus mengedepankan pemahaman mendalam terhadap konteks dan makna di balik peristiwa yang menjadi objek kajian.

Data dalam penelitian ini diperoleh dalam bentuk kata-kata, dan peneliti terlibat langsung dalam seluruh proses analisis data hingga mencapai hasil akhir. Analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif, memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dengan teliti karakteristik serta hubungan antarfenomena yang

ada dalam konteks penelitian. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap situasi yang dihadapi oleh toko sepatu Arya. Melalui metode penelitian kualitatif, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan gambaran yang akurat dan mendalam mengenai permasalahan yang sedang dikaji serta memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut dalam ranah pengetahuan terkait.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum

Gambaran umum tentang toko sepatu Arya ini dapat dipahami melalui lokasinya yang terletak di Kabupaten Gresik, Jawa Timur, lebih spesifiknya di dusun Putting, Desa Sembung, Kecamatan Wringinanom. Toko ini menonjolkan dirinya sebagai penyedia beragam kebutuhan sandang, terutama dalam kategori sepatu dan sandal. Adapun jenis-jenis sepatu yang dijual meliputi sepatu sekolah, sepatu santai, sepatu kerja, dan berbagai varian sandal yang mencakup sandal dewasa dan anak-anak. Keberagaman produk yang ditawarkan menjadikan toko ini diminati oleh masyarakat sekitar, menciptakan dampak positif pada popularitasnya di wilayah tersebut.

Toko sepatu Arya tidak hanya mengandalkan diversifikasi produk, tetapi juga menarik perhatian melalui berbagai pilihan merk ternama yang tersedia di dalamnya. Beberapa merk yang dapat ditemui di toko ini antara lain New Era, Homyped, Ardiles, dan sejumlah merk terkemuka lainnya. Dengan menyajikan berbagai merk terkemuka, toko ini tidak hanya memberikan banyak pilihan kepada konsumen, tetapi juga menunjukkan komitmen untuk menyediakan produk-produk berkualitas tinggi. Dengan demikian, gambaran umum toko sepatu Arya mencerminkan tidak hanya lokasi dan jenis produk yang ditawarkan, tetapi juga strategi pemasaran yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen secara menyeluruh.

3.2. Sistem Penjualan Di Toko Sepatu Arya

Transaksi bisnis di dalam dunia perdagangan melibatkan sejumlah aspek yang kompleks dan dinamis. Etika bisnis, sebagai fondasi tak terelakkan, memainkan peran sentral dalam menjalankan kegiatan perdagangan, baik oleh individu, perusahaan, maupun lembaga. Dengan memeriksa toko Sepatu Arya, kita dapat memahami bahwa proses transaksi di sini mencerminkan kerumitan relasi bisnis dan perhatian terhadap aspek etika. Penjualan sepatu dan sandal di toko ini melibatkan serangkaian langkah yang menggambarkan interaksi antara konsumen dan karyawan toko.

Pertama-tama, ketika seorang konsumen memasuki toko, pelayan atau karyawan toko dengan proaktif mendekati dan menanyakan kebutuhan spesifik konsumen, baik itu sepatu atau sandal. Setelah memahami kebutuhan tersebut, karyawan toko membimbing konsumen untuk melihat dan mencari produk yang sesuai. Inisiatif ini menciptakan suasana layanan pelanggan yang berfokus pada kebutuhan individual, menunjukkan pentingnya interaksi personal dalam transaksi bisnis.

Selanjutnya, ketika konsumen telah menemukan produk yang diinginkan, proses transaksi pembayaran dimulai. Karyawan toko membantu konsumen dalam proses ini, memberikan informasi mengenai harga, diskon, dan aspek relevan lainnya. Transparansi dalam informasi harga menjadi kunci, memastikan bahwa konsumen memiliki pemahaman yang jelas mengenai biaya yang akan dikeluarkan. Setelah proses pembayaran selesai, pelayan atau karyawan toko tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih, menciptakan pengalaman pembelian yang positif.

Keunikan dari toko Sepatu Arya terletak pada penerapan sistem obral. Strategi ini difokuskan pada penjualan barang-barang yang telah lama tidak diminati atau memiliki model yang sudah tidak tren. Barang-barang tersebut, yang seringkali memiliki kecacatan seperti jahitan rusak atau warna yang memudar, dijual dengan harga yang rendah. Sistem obral ini diimplementasikan dengan menyajikan barang-barang tersebut dalam kardus yang diberi label "barang obral" dengan tulisan diskon persentase tertentu.

3.3. Tinjauan Etika Bisnis di Toko Sepatu Arya

Meskipun proses transaksi penjualan di toko Sepatu Arya pada umumnya mencerminkan pemahaman yang baik terhadap etika bisnis, terdapat aspek tertentu yang memerlukan analisis lebih mendalam. Tinjauan etika bisnis di sini difokuskan pada prinsip kejujuran, yang merupakan salah satu pilar utama dalam menjalankan bisnis dengan integritas. Praktik jual beli dengan sistem obral di toko ini memunculkan pertanyaan etis terkait kejujuran. Penjual tidak memberikan informasi yang memadai mengenai barang yang akan diobralkan, seperti detail kondisi barang, kecacatan yang dimiliki, atau apakah barang tersebut masih layak pakai. Kondisi ini menciptakan ketidakjelasan bagi konsumen, yang mungkin kesulitan untuk membuat keputusan pembelian yang informan.

Dalam pandangan etika bisnis, kejujuran melibatkan penyampaian informasi yang lengkap dan akurat kepada konsumen (Wati et al., 2022). Hal ini memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan berdasarkan pemahaman yang jelas tentang produk yang mereka beli. Dalam konteks toko Sepatu Arya, peningkatan dalam menyediakan informasi yang lebih rinci tentang barang obral dapat dianggap sebagai langkah yang mendukung prinsip kejujuran. Pembinaan yang dapat dilakukan mencakup pemberian informasi yang lebih jelas dan terinci mengenai kondisi barang obral. Penjual dapat menambahkan label atau informasi tambahan di sekitar kardus barang obral yang memberikan gambaran yang lebih akurat tentang kondisi barang. Dengan demikian, konsumen akan lebih mampu membuat keputusan yang informan, dan integritas transaksi bisnis akan tetap terjaga.

4. KESIMPULAN

Praktik jual beli yang dilakukan oleh toko Sepatu Arya mengenai penerapan strategi obral sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik konsumen telah menarik perhatian. Meskipun demikian, terdapat kelemahan dalam pelaksanaan praktik ini yang tidak sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku. Khususnya, kurangnya kejujuran dari pihak penjual dalam memberikan informasi terinci mengenai barang-barang yang dijual melalui sistem obral dapat berpotensi merugikan pembeli. Ketidaktransparanan terkait kondisi barang, seperti adanya cacat atau ketidaklayakan jual, menjadi landasan kekhawatiran mengenai keabsahan transaksi.

Berdasarkan permasalahan ini, beberapa saran strategis dapat diusulkan untuk meningkatkan integritas bisnis toko Sepatu Arya. Pertama, disarankan bagi pembeli untuk melakukan tanya jawab secara menyeluruh sebelum melakukan transaksi jual beli. Hal ini dapat dilakukan dengan menggali informasi terkait detail barang yang akan dibeli, sehingga pembeli dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi. Kedua, penting bagi pihak penjual untuk tetap mengedepankan kejujuran dalam menyampaikan informasi mengenai barang yang dijual, bahkan jika pembeli tidak secara eksplisit menanyakan. Penerapan prinsip kejujuran ini bukan hanya sebagai tanggung jawab etis, tetapi juga sebagai strategi berkelanjutan untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan memastikan keberlangsungan bisnis yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)*, 10(1), 83–96.
- Butarbutar, B. (2019). Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187–195.
- Djakfar, M. (2014). *Agama, etika, dan ekonomi: wacana menuju pengembangan ekonomi Rabbaniyah*. UIN-Maliki Press.
- Djakfar, M. (2019). *Etika bisnis dalam paradigma spiritualitas dan kearifan lokal*.
- Estijayandono, K. D. (2019). Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 53–68.
- Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665–674.
- Usman, A. (2022). *Konsep Etika Bisnis Islam Menurut Muhammad Djakfar*. IAIN Parepare.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154.