



# PELANGGARAN ETIKA BISNIS PADA PENJUALAN SKINCARE YANG BELUM BPOM

(STUDI KASUS : TABITA GLOW )



Arliya Putri Zamzam - 2022340350011

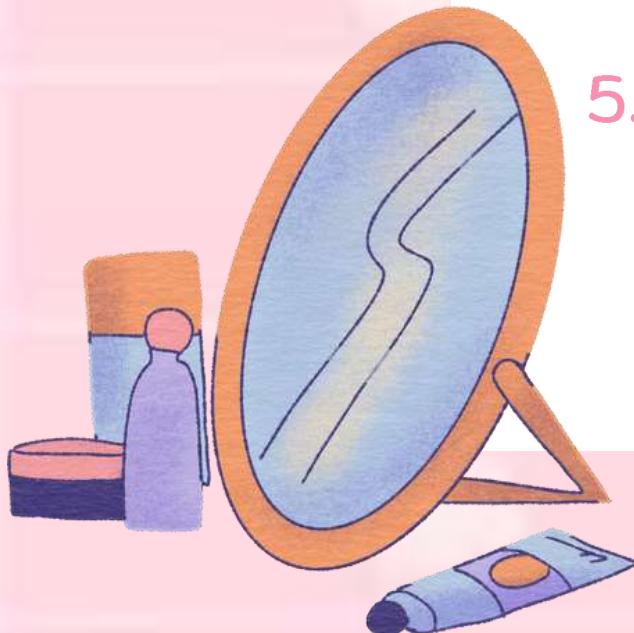


# ETIKA BISNIS

Etika bisnis merupakan sistem nilai dan norma yang mengatur perilaku dalam bisnis, termasuk pengambilan keputusan, dengan fokus pada keberlangsungan bisnis yang etis dan bertanggung jawab dalam hubungannya dengan pelaku bisnis dan pihak terkait lainnya.

# PRINSIP ETIKA BISNIS

1. Kejujuran (Perusahaan dan individu harus bertindak dengan jujur dalam semua transaksi bisnis).
2. Keadilan (Setiap keputusan bisnis harus memperhatikan aspek keadilan bagi semua pihak yang terlibat).
3. Tanggung Jawab (Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap pelanggan, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat luas).
4. Transparansi - Informasi yang diberikan kepada publik dan pemangku kepentingan harus jelas, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan.
5. Kepatuhan terhadap hukum - Semua aktivitas bisnis harus dilakukan sesuai dengan hukum yang berlaku di wilayah operasionalnya.



# KONSEP ETIKA BISNIS

1. Deontologi, menekankan bahwa tindakan harus didasarkan pada kewajiban moral yang bersifat universal, tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari tindakan tersebut.



2. Utilitarianisme, menilai tindakan berdasarkan karakter dalam objek apapun yang menghasilkan manfaat keuntungan, kesenangan kebaikan, atau kebahagiaan kepada pihak yang dipertimbangkan kepentingannya .



3. Etika keutamaan, menekankan pentingnya karakter individu yang bertintegritas di dunia bisnis, dengan menekankan nilai-nilai seperti kejujuran, keberanahan, dan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan bisnis





## Contoh Kasus

Produk skincare tabita glow mulai mencuat sejak pertengahan tahun 2023, banyak konsumen melaporkan keluhan seperti iritasi kulit, kemerahan, pengelupasan berlebihan, serta munculnya flek hitam setelah pemakaian jangka panjang. Hasil pengawasan bpom menunjukkan bahwa sebagian besar produk tabita glow tidak terdaftar secara resmi dan mengandung bahan berbahaya seperti merkuri. Pada awal tahun 2024 bpom mengeluarkan peringatan publik karena produk ini berpotensi menyebabkan kerusakan kulit, gangguan ginjal, dan saraf, meskipun sudah dilarang, peredaran produk ini masih ditemukan hingga tahun 2025 melalui platform online dengan berbagai cara untuk mengelabui konsumen seperti mengganti kemasan, nama varian, atau menggunakan nomor izin palsu. Kasus ini menimbulkan persoalan serius dalam etika pemasaran dan perlindungan konsumen.



# Analisis Kasus

Kasus tabita glow menunjukan pelanggaran serius terhadap prinsip etika bisnis karena perusahaan tidak mengutamakan keselamatan dan kesejahteraan konsumen. produk dipasarkan tanpa izin bpom dan mengandung bahan berbahaya seperti merkuri serta hidrokuinon yang dapat menyebabkan kerusakan kulit dan gangguan kesehatan. tindakan ini menunjukkan bahwa produsen lebih berorientasi pada keuntungan finansial daripada tanggung jawab sosial. selain itu, praktik pemasaran yang menyesatkan seperti klaim berlebihan, nomor izin palsu, dan kemasan baru untuk mengelabui konsumen memperparah pelanggaran etika tersebut. berdasarkan prinsip etika utilitarianisme, tindakan perusahaan ini tidak etis karena menimbulkan lebih banyak kerugian daripada manfaat. seharusnya, perusahaan memastikan produk aman, legal, dan jujur dalam pemasaran agar dapat memberikan manfaat nyata bagi konsumen serta menjaga kepercayaan publik terhadap industri kecantikan.





# Analisis kasus

Permaslahan utama dalam kasus Tabita Glow adalah pelanggaran terhadap prinsip etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Perusahaan dinilai:

- Mengedepankan keuntungan (profit) di atas keselamatan konsumen.
- Tidak memenuhi standar kejujuran dan transparansi dalam mencantumkan komposisi bahan.
- Tidak menghormati peraturan hukum dan kesehatan masyarakat.



# Analisis kasus



A. Teori Utilitarianisme.  
Berdasarkan teori utilitarianisme, tindakan Tabita Glow tidak etis, karena tidak menghasilkan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat. Karena produk tersebut justru merugikan lebih banyak pihak, terutama konsumen yang mengalami efek samping kesehatan.

B. Teori Deontologi.  
Dari perspektif deontologi, tindakan Tabita Glow tidak bermoral karena melanggar prinsip kewajiban dan kejujuran



# DAMPAK

A. Bagi Konsumen:  
Menimbulkan kerusakan kulit, gangguan kesehatan, dan hilangnya kepercayaan terhadap produk skincare lokal.



B. Bagi Perusahaan:  
Merusak reputasi merek, menyebabkan penurunan penjualan, serta berpotensi mendapat sanksi hukum dari BPOM.



C. Bagi Industri Kecantikan:  
Menurunkan citra industri kosmetik Indonesia dan memunculkan ketidakpercayaan publik terhadap produk kecantikan dalam negeri.





# SOLUSI

## 1. Kepatuhan Produsen terhadap Regulasi.

Produsen wajib memastikan setiap produk yang diedarkan telah melalui uji keamanan, bahan, dan efektivitas sesuai ketentuan BPOM. Transparansi label komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan petunjuk penggunaan harus diterapkan. Promosi pun harus jujur dan tidak menyesatkan

## 2. Edukasi dan Kesadaran Konsumen.

Masyarakat perlu lebih bijak dalam memilih produk kecantikan dengan memeriksa izin BPOM melalui situs resmi. Edukasi publik tentang bahaya skincare ilegal harus terus digalakkan melalui media dan sekolah

## 3. Tanggung Jawab Distributor dan Marketplace:

Penjual dan platform e-commerce harus memverifikasi legalitas produk yang dijual. Produk tanpa izin edar harus diblokir dan tidak dapat dipasarkan kepada konsumen.

# Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada kasus ini, dapat disimpulkan bahwa Tabita Glow tidak menjalankan bisnisnya sesuai dengan etika bisnis. Dalam hal ini, pelaku bisnis Tabita Glow tidak menjalankan sebagaimana mestinya yaitu tidak memberikan atau memasarkan produk skincare yang aman bagi penggunanya bahkan bisa membahayakan karena mengandung merkuri. Jika tabita glow ingin menjual produk skincare maka sudah seharusnya produk tersebut aman dan tidak membahayakan bagi penggunanya. Karena yang terpenting dari sebuah produk adalah keamanan dan kebahagian bagi penggunanya dan bukan hanya karena hasil yang cepat atau instan. Apa yang dilakukan Tabita Glow bahkan sudah melanggar etika bisnis kejujuran. Tabita glow tidak jujur dalam mempromosikan dan memproduksi sebuah produk yang menggunakan bahan berbahaya yang sebenarnya dilarang oleh BPOM.





Terima  
Kasih