Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page: 29981-29989

Implementasi Prinsip Etika Bisnis dalam Rantai Distribusi Kacang Bogares,

Mohamad Syah Reza Alfarizi, Dr.Suwandi,M.BA, Fahmi Khasbullah, Haris Rendy Nugroho, Wanda Sabil, Faadillah, Raihan aji yunayah, Ahmad Badawi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

Published: June , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares sebagai produk unggulan UMKM di Kabupaten Tegal. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah belum optimalnya penerapan prinsip keadilan dan transparansi dalam distribusi produk. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari 15 pelaku usaha yang meliputi produsen, distributor, dan pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip kejujuran dan tanggung jawab telah diterapkan dengan baik, namun prinsip keadilan dan transparansi masih belum optimal, terutama dalam penetapan harga dan keterbukaan margin distribusi. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa penguatan etika bisnis dalam rantai distribusi dapat meningkatkan kepercayaan dan keberlanjutan usaha UMKM.

Kata kunci: Etika bisnis, rantai distribusi, UMKM, Kacang Bogares

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of business ethics principles in the distribution chain of Kacang Bogares as a leading MSME product in Tegal Regency. The main issue addressed is the lack of fairness and transparency in distribution practices. This research uses a descriptive qualitative approach with data collected through observation, interviews, and documentation. The informants consist of 15 business actors including producers, distributors, and retailers. The results show that honesty and responsibility have been well implemented, while fairness and transparency remain weak, particularly in pricing and margin disclosure.

Keywords: Business ethics, distribution chain, MSMEs

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi daerah. Di Kabupaten Tegal, sektor UMKM berkembang cukup pesat, terutama pada bidang makanan dan olahan tradisional yang menjadi ciri khas daerah. Salah satu produk lokal yang memiliki potensi ekonomi cukup besar adalah Kacang Bogares. Produk ini tidak hanya dikenal oleh masyarakat lokal, tetapi juga telah dipasarkan ke berbagai daerah melalui rantai distribusi yang melibatkan produsen, distributor, pedagang, hingga konsumen akhir.

Dalam proses distribusinya, penerapan etika bisnis menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh setiap pelaku usaha. Etika bisnis berfungsi sebagai pedoman moral dalam menjalankan aktivitas usaha agar tercipta hubungan bisnis yang adil, jujur, transparan, dan saling menguntungkan. Penerapan prinsip etika bisnis yang baik dapat meningkatkan kepercayaan antar pelaku usaha, menjaga kualitas hubungan distribusi, serta menciptakan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Namun, pada praktiknya masih ditemukan berbagai permasalahan dalam rantai distribusi UMKM, seperti ketidakseragaman harga, kurangnya transparansi informasi distribusi, persaingan usaha yang tidak sehat, serta keterlambatan pembayaran antar pelaku usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa implementasi prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi masih belum optimal. Permasalahan ini dapat memengaruhi stabilitas kerja sama antar pelaku distribusi dan menurunkan tingkat kepercayaan dalam aktivitas bisnis.

Penelitian mengenai etika bisnis sebelumnya lebih banyak membahas penerapan etika pada perusahaan besar maupun sektor korporasi modern. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji implementasi prinsip etika bisnis pada rantai distribusi UMKM lokal, khususnya produk tradisional seperti Kacang Bogares, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares serta kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha dalam menerapkan prinsip-prinsip tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares di Kabupaten Tegal. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai hambatan yang muncul dalam penerapan etika bisnis pada proses distribusi produk tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas hubungan bisnis dan menjadi bahan evaluasi dalam menciptakan sistem distribusi yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral yang digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan kegiatan usaha. Etika bisnis bertujuan untuk menciptakan kegiatan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial, kejujuran, keadilan, dan kepentingan pihak lain yang terlibat dalam aktivitas usaha. Menurut A. Sonny Keraf, etika bisnis adalah penerapan prinsip-prinsip moral dalam kegiatan ekonomi dan bisnis guna menciptakan hubungan usaha yang sehat dan berkelanjutan.

Penerapan etika bisnis sangat penting dalam menjaga kepercayaan konsumen dan menciptakan stabilitas hubungan antar pelaku usaha. Dalam praktik bisnis, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan nilai moral dalam proses produksi, distribusi, maupun pelayanan kepada konsumen. Penerapan etika bisnis yang baik dapat meningkatkan loyalitas konsumen, memperkuat citra usaha, serta menjaga keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Dalam konteks UMKM, penerapan etika bisnis menjadi salah satu faktor penting karena sebagian besar aktivitas usaha masih dilakukan secara sederhana dan berbasis hubungan kepercayaan antar pelaku usaha. Oleh karena itu, prinsip etika bisnis diperlukan agar proses usaha berjalan secara adil, transparan, dan bertanggung jawab. Menurut Keraf (2010), terdapat beberapa prinsip utama dalam etika bisnis, yaitu kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi.

1. Kejujuran

Prinsip kejujuran berkaitan dengan keterbukaan dan kesesuaian informasi yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen maupun mitra usaha. Kejujuran dapat diwujudkan melalui penyampaian kualitas produk yang sebenarnya, ketepatan timbangan, serta kesesuaian harga dengan kondisi produk yang dijual. Dalam kegiatan distribusi, kejujuran menjadi dasar dalam membangun kepercayaan antar pelaku usaha dan konsumen.

2. Keadilan

Prinsip keadilan mengandung makna bahwa setiap pelaku usaha memperoleh perlakuan yang seimbang dan tidak merugikan pihak lain. Dalam rantai distribusi, keadilan dapat dilihat dari penetapan harga, pembagian keuntungan, dan kesempatan usaha yang diberikan kepada setiap pihak. Penerapan prinsip keadilan penting untuk menciptakan hubungan usaha yang harmonis dan mengurangi konflik antar pelaku distribusi.

3. Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan kesadaran pelaku usaha terhadap kewajiban dalam menjaga kualitas produk, pelayanan, serta dampak usaha terhadap pihak lain. Pelaku usaha yang bertanggung jawab akan berupaya menjaga kualitas produk dan menyelesaikan permasalahan yang muncul dalam proses distribusi maupun penjualan.

4. Transparansi

Prinsip transparansi berkaitan dengan keterbukaan informasi dalam kegiatan usaha, seperti informasi harga, biaya distribusi, maupun proses kerja sama antar pelaku usaha. Transparansi dapat meningkatkan

kepercayaan dan meminimalkan kesalahpahaman dalam hubungan bisnis. Dalam UMKM, transparansi sering kali masih menjadi tantangan karena sistem distribusi yang belum terstandarisasi.

Dengan demikian, penerapan prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi sangat penting untuk menciptakan kegiatan usaha yang sehat, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta menjaga keberlanjutan usaha UMKM.

2.2 Rantai Distribusi

Rantai distribusi merupakan proses penyaluran produk dari produsen hingga sampai kepada konsumen akhir. Dalam kegiatan bisnis, distribusi memiliki peran penting karena menentukan kelancaran arus barang, ketersediaan produk di pasar, serta tingkat kepuasan konsumen. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, distribusi adalah serangkaian organisasi atau pihak yang terlibat dalam proses penyaluran produk dari produsen kepada konsumen.

Rantai distribusi melibatkan beberapa pelaku usaha seperti produsen, distributor, agen, pengecer, hingga konsumen. Setiap pihak memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing dalam memastikan produk dapat diterima konsumen dengan baik. Dalam konteks UMKM, sistem distribusi umumnya masih dilakukan secara sederhana dan belum sepenuhnya terstandarisasi sehingga sering menimbulkan perbedaan harga, keterlambatan distribusi, maupun kurangnya keterbukaan informasi antar pelaku usaha. Distribusi memiliki beberapa fungsi penting dalam kegiatan usaha, antara lain:

- Menyalurkan produk dari produsen kepada konsumen.
- Mempermudah konsumen memperoleh produk.
- Menjaga ketersediaan barang di pasar.
- Membantu memperluas jangkauan pemasaran produk.
- Meningkatkan nilai ekonomi suatu produk.

Dalam rantai distribusi, hubungan antar pelaku usaha sangat memengaruhi kelancaran proses distribusi. Hubungan tersebut harus didasarkan pada kerja sama yang baik, kepercayaan, dan penerapan etika bisnis agar tercipta sistem distribusi yang sehat dan berkelanjutan. Apabila salah satu pihak tidak menjalankan perannya dengan baik, maka dapat menimbulkan permasalahan seperti ketidakstabilan harga, konflik usaha, maupun penurunan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Pada UMKM Kacang Bogares, rantai distribusi melibatkan produsen, distributor, pengecer, dan konsumen. Produk yang dihasilkan produsen disalurkan kepada distributor dalam jumlah besar, kemudian diteruskan kepada pengecer sebelum sampai kepada konsumen akhir. Proses distribusi tersebut memerlukan koordinasi yang baik agar harga dan kualitas produk tetap terjaga.

Penerapan sistem distribusi yang baik dapat meningkatkan efisiensi usaha dan memperluas pasar produk UMKM. Selain itu, distribusi yang didukung oleh prinsip etika bisnis seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi dapat meningkatkan kepercayaan antar pelaku usaha serta menciptakan hubungan bisnis yang lebih stabil dan berkelanjutan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai landasan dalam memahami permasalahan penelitian serta membandingkan hasil penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian terdahulu juga membantu menunjukkan posisi dan kebaruan penelitian yang dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Sari (2021) mengenai etika bisnis pada UMKM menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah menerapkan prinsip kejujuran dalam menjaga kualitas produk, namun masih terdapat kelemahan pada aspek transparansi dan sistem manajemen usaha. Penelitian tersebut menegaskan bahwa penerapan etika bisnis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Rahmawati (2022) membahas transparansi dalam distribusi produk UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan informasi harga dan biaya distribusi memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dan hubungan kerja sama antar pelaku usaha. Namun, banyak UMKM masih belum memiliki sistem distribusi yang terstruktur sehingga transparansi belum berjalan optimal.

Selanjutnya, penelitian oleh Ahmad Fauzi (2020) mengenai sistem distribusi UMKM menyatakan bahwa ketidakseragaman harga distribusi sering terjadi akibat tidak adanya standar harga dan lemahnya koordinasi antar pelaku usaha. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa hubungan usaha berbasis kepercayaan menjadi faktor utama dalam distribusi produk UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2021) menunjukkan bahwa penerapan prinsip tanggung jawab dan kejujuran dapat meningkatkan citra usaha dan mempertahankan loyalitas konsumen. Akan tetapi, penerapan prinsip keadilan masih menjadi kendala karena adanya perbedaan margin keuntungan antar pelaku distribusi.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian mengenai etika bisnis pada UMKM telah banyak dilakukan. Namun, penelitian yang secara khusus membahas implementasi prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi produk lokal UMKM, khususnya Kacang Bogares di Kabupaten Tegal, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada fokus kajian mengenai penerapan prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi produk UMKM lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam implementasi prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares serta menggambarkan kondisi yang terjadi di lapangan secara sistematis dan faktual. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan penerapan prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi dalam kegiatan distribusi produk UMKM.

Penelitian dilaksanakan di Desa Bogares, Kabupaten Tegal, yang merupakan salah satu pusat produksi Kacang Bogares sebagai produk unggulan UMKM lokal. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan karena wilayah tersebut memiliki aktivitas distribusi produk yang melibatkan berbagai pelaku usaha, mulai dari produsen hingga pengecer.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang terlibat dalam rantai distribusi Kacang Bogares. Informan penelitian terdiri dari 15 pelaku usaha yang meliputi 5 produsen, 3 distributor, dan 7 pengecer. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Informan dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait proses distribusi Kacang Bogares.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses distribusi dan aktivitas usaha para pelaku distribusi Kacang Bogares. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai penerapan etika bisnis dalam kegiatan distribusi. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data pendukung berupa catatan usaha, foto kegiatan, serta data lain yang relevan dengan penelitian.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari produsen, distributor, dan pengecer. Sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi agar data yang diperoleh lebih valid dan dapat dipercaya.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman yang meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif dan tabel agar mempermudah proses analisis. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil interpretasi data yang telah diperoleh selama penelitian berlangsung.

Penelitian ini berfokus pada implementasi prinsip etika bisnis yang meliputi kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi dalam rantai distribusi Kacang Bogares. Analisis dilakukan untuk mengetahui sejauh mana prinsip-prinsip tersebut diterapkan oleh pelaku usaha serta kendala yang dihadapi dalam penerapannya.

Informan:

- 5 produsen
- 3 distributor
- 7 pengecer

Teknik pengumpulan data:

- Observasi
- Wawancara semi-terstruktur
- Dokumentasi

Validitas data dilakukan melalui triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari produsen, distributor, dan pengecer, sedangkan triangulasi metode dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.
Analisis data: Model Miles & Huberman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Distribusi Kacang Bogares

Kacang Bogares merupakan salah satu produk makanan khas Kabupaten Tegal yang diproduksi oleh pelaku UMKM di Desa Bogares. Produk ini cukup dikenal masyarakat karena memiliki cita rasa khas dan telah dipasarkan di berbagai wilayah, baik di lingkungan lokal maupun luar daerah. Aktivitas produksi dan distribusi Kacang Bogares menjadi salah satu sumber pendapatan masyarakat serta berperan dalam mendukung perekonomian lokal.

Proses distribusi Kacang Bogares melibatkan beberapa pelaku usaha, yaitu produsen, distributor, pengecer, dan konsumen. Produsen berperan dalam proses produksi dan pengemasan produk, kemudian produk disalurkan kepada distributor dalam jumlah besar. Selanjutnya, distributor mendistribusikan produk kepada pengecer sebelum akhirnya dijual kepada konsumen akhir.
Alur distribusi Kacang Bogares dapat digambarkan sebagai berikut:

Produsen → Distributor → Pengecer → Konsumen

Dalam praktiknya, sistem distribusi Kacang Bogares masih dilakukan secara sederhana dan belum memiliki standar distribusi yang baku. Hubungan antar pelaku usaha sebagian besar masih didasarkan pada kepercayaan dan kerja sama informal. Kondisi tersebut menyebabkan adanya perbedaan harga jual antar distributor maupun pengecer di berbagai wilayah pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian, harga jual produk dari produsen berkisar sekitar Rp18.000 per kilogram. Produk kemudian dijual oleh distributor dengan harga sekitar Rp22.000 hingga Rp24.000 per kilogram, sedangkan harga yang diterima konsumen berada pada kisaran Rp25.000 hingga Rp28.000 per kilogram. Perbedaan harga tersebut dipengaruhi oleh biaya distribusi, jarak pemasaran, serta kebijakan masing-masing pelaku usaha dalam menentukan margin keuntungan.

Selain itu, proses distribusi juga menghadapi beberapa kendala, seperti belum adanya standar harga distribusi, keterbatasan sistem pencatatan usaha, serta kurangnya keterbukaan informasi mengenai biaya distribusi dan margin keuntungan. Beberapa pelaku usaha juga masih menggunakan sistem distribusi tradisional sehingga pengelolaan distribusi belum berjalan secara optimal.

Meskipun demikian, hubungan kerja sama antar pelaku usaha dalam distribusi Kacang Bogares secara umum masih berjalan cukup baik. Sebagian besar pelaku usaha berupaya menjaga kualitas produk dan mempertahankan kepercayaan konsumen agar usaha tetap berjalan secara berkelanjutan.

Untuk memperjelas kondisi distribusi Kacang Bogares, berikut gambaran harga distribusi yang diperoleh dari hasil penelitian.

Pelaku Usaha	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin (%)
Produsen	-	18.000	-
Distributor A	18.000	22.000	22%

Pelaku Usaha	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin (%)
Distributor B	18.000	24.000	33%
Pengecer A	22.000	26.000	18%
Pengecer B	24.000	28.000	16%

Tabel tersebut menunjukkan adanya perbedaan margin keuntungan antar pelaku distribusi. Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem distribusi Kacang Bogares masih belum terstandarisasi secara optimal sehingga berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan dalam penetapan harga distribusi.

4.2 Implementasi Prinsip Etika Bisnis

Penerapan prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga hubungan kerja sama antar pelaku usaha serta mempertahankan kepercayaan konsumen. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap produsen, distributor, dan pengecer, implementasi prinsip etika bisnis telah diterapkan dalam beberapa aspek, meskipun masih terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaannya.

a) Kejujuran

Prinsip kejujuran merupakan aspek etika bisnis yang paling banyak diterapkan oleh pelaku usaha Kacang Bogares. Sebagian besar produsen berupaya menjaga kualitas produk agar tetap sesuai dengan harapan konsumen. Bentuk penerapan kejujuran terlihat dari penggunaan bahan baku yang konsisten, kualitas produk yang dijaga, serta penyampaian informasi produk yang sesuai kepada pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara, beberapa produsen menyatakan bahwa menjaga kualitas produk merupakan hal penting untuk mempertahankan pelanggan dan menjaga reputasi usaha. "Kalau kualitas kacangnya turun, biasanya pelanggan langsung komplain dan tidak beli lagi." (Produsen A)

Selain itu, sebagian besar pengecer juga menjual produk sesuai kondisi asli tanpa mengurangi kualitas maupun berat produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa prinsip kejujuran telah menjadi dasar dalam hubungan usaha antar pelaku distribusi.

Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti ketidakkonsistenan kualitas produk pada waktu tertentu akibat perbedaan bahan baku dan proses produksi. Kondisi tersebut dapat memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen apabila tidak segera diperbaiki.

b) Keadilan

Penerapan prinsip keadilan dalam distribusi Kacang Bogares masih belum berjalan secara optimal. Hal ini terlihat dari adanya perbedaan margin keuntungan antar distributor dan pengecer yang cukup signifikan. Beberapa distributor memperoleh margin keuntungan lebih besar dibandingkan pelaku usaha lainnya karena tidak adanya standar harga distribusi yang jelas.

Berdasarkan hasil penelitian, margin keuntungan distributor berkisar antara 20% hingga 35%, sedangkan margin pengecer relatif lebih kecil. Perbedaan tersebut sering menimbulkan ketidakpuasan antar pelaku usaha karena dianggap belum mencerminkan pembagian keuntungan yang seimbang.

Selain itu, sistem penentuan harga masih banyak dipengaruhi oleh hubungan pribadi dan kondisi pasar sehingga belum terdapat keseragaman harga distribusi. Kondisi ini menunjukkan bahwa prinsip keadilan dalam distribusi masih perlu diperbaiki melalui sistem penetapan harga yang lebih transparan dan terstruktur.

Meskipun demikian, sebagian pelaku usaha tetap berupaya menjaga hubungan kerja sama yang baik agar distribusi produk tetap berjalan lancar dan tidak menimbulkan konflik usaha secara terbuka.

c) Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab telah diterapkan oleh sebagian besar pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk dan memenuhi permintaan pasar. Produsen bertanggung jawab terhadap proses produksi dan kualitas kacang yang dipasarkan, sedangkan distributor dan pengecer bertanggung jawab dalam menjaga kondisi produk selama proses distribusi dan penjualan.

Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar produsen berupaya memastikan produk yang dikirim dalam kondisi baik dan layak jual. Pelaku usaha juga berusaha mengganti produk apabila ditemukan kerusakan atau ketidaksesuaian kualitas.

"Kalau ada barang yang rusak biasanya diganti supaya pelanggan tetap percaya." (Distributor B)

Namun, penerapan tanggung jawab dalam proses distribusi masih menghadapi beberapa kendala, terutama pada sistem penyimpanan dan pengiriman produk. Beberapa pelaku usaha masih menggunakan metode penyimpanan sederhana sehingga kualitas produk terkadang menurun selama proses distribusi berlangsung.

Selain itu, keterbatasan pencatatan usaha juga menyebabkan beberapa pelaku usaha kesulitan mengontrol distribusi dan stok produk secara optimal.

d) Transparansi

Prinsip transparansi merupakan aspek etika bisnis yang paling lemah dalam rantai distribusi Kacang Bogares. Berdasarkan hasil penelitian, hanya sebagian kecil pelaku usaha yang terbuka mengenai biaya distribusi, margin keuntungan, maupun sistem penentuan harga.

Sebagian besar distributor dan pengecer cenderung tidak menyampaikan informasi terkait keuntungan usaha kepada pihak lain karena dianggap sebagai bagian dari strategi bisnis masing-masing. Kondisi tersebut menyebabkan kurangnya keterbukaan informasi dalam proses distribusi.

Kurangnya transparansi juga menyebabkan perbedaan harga antar wilayah pemasaran dan memunculkan ketidakpercayaan antar pelaku usaha. Selain itu, belum adanya sistem pencatatan usaha yang baik membuat informasi distribusi sulit dipantau secara jelas.

Meskipun demikian, beberapa pelaku usaha mulai menyadari pentingnya keterbukaan informasi dalam menjaga hubungan usaha jangka panjang. Pelaku usaha menilai bahwa transparansi dapat membantu menciptakan kerja sama yang lebih baik dan mengurangi kesalahpahaman dalam proses distribusi produk.

Secara umum, implementasi prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares telah berjalan pada aspek kejujuran dan tanggung jawab, namun masih belum optimal pada aspek keadilan dan transparansi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sistem distribusi UMKM masih memerlukan perbaikan agar penerapan etika bisnis dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

4.3 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares telah diterapkan oleh sebagian pelaku usaha, namun penerapannya masih belum optimal pada beberapa aspek tertentu. Prinsip kejujuran dan tanggung jawab menjadi aspek yang paling dominan diterapkan, sedangkan prinsip keadilan dan transparansi masih menghadapi berbagai kendala dalam pelaksanaannya.

Penerapan prinsip kejujuran terlihat dari upaya produsen dalam menjaga kualitas produk dan memberikan produk yang sesuai kepada konsumen maupun distributor. Sebagian besar pelaku usaha menyadari bahwa kualitas produk memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan usaha. Temuan ini sejalan dengan pendapat A. Sonny Keraf yang menyatakan bahwa kejujuran merupakan dasar utama dalam membangun hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, kejujuran menjadi modal penting karena sebagian besar hubungan usaha masih didasarkan pada kepercayaan antar pelaku usaha.

Selain kejujuran, prinsip tanggung jawab juga telah diterapkan cukup baik oleh pelaku usaha. Produsen berusaha menjaga kualitas produk selama proses produksi, sedangkan distributor dan pengecer bertanggung jawab dalam menjaga kondisi produk selama proses distribusi dan penjualan. Bentuk tanggung jawab tersebut menunjukkan adanya kesadaran pelaku usaha untuk mempertahankan kepuasan konsumen dan menjaga reputasi usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nurhayati (2021) yang menyatakan bahwa penerapan tanggung jawab dalam usaha dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan citra usaha.

Namun demikian, penerapan prinsip keadilan dalam rantai distribusi Kacang Bogares masih belum optimal. Hal ini terlihat dari adanya perbedaan margin keuntungan antar distributor dan pengecer yang cukup signifikan. Ketidakseimbangan tersebut disebabkan oleh belum adanya standar harga

distribusi yang jelas serta sistem distribusi yang masih bersifat informal. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakpuasan antar pelaku usaha dan memicu persaingan yang kurang sehat.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah lemahnya penerapan prinsip transparansi. Sebagian besar pelaku usaha belum terbuka mengenai biaya distribusi, margin keuntungan, maupun sistem penetapan harga. Kurangnya keterbukaan informasi menyebabkan munculnya perbedaan harga antar wilayah pemasaran dan menurunkan tingkat kepercayaan antar pelaku usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem distribusi UMKM masih belum terstruktur secara optimal.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2022) yang menyatakan bahwa transparansi dalam distribusi produk UMKM masih menjadi tantangan utama karena sebagian besar pelaku usaha belum memiliki sistem usaha yang terstandarisasi. Dalam praktiknya, hubungan usaha masih banyak dipengaruhi oleh hubungan personal dan kebiasaan usaha tradisional.

Secara keseluruhan, implementasi etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah memiliki kesadaran terhadap pentingnya nilai moral dalam kegiatan usaha. Akan tetapi, penerapan etika bisnis masih perlu diperkuat melalui pembentukan sistem distribusi yang lebih terstruktur, penetapan standar harga yang lebih jelas, serta peningkatan keterbukaan informasi antar pelaku usaha. Dengan penerapan etika bisnis yang lebih baik, hubungan kerja sama antar pelaku usaha dapat menjadi lebih sehat dan keberlanjutan usaha UMKM dapat lebih terjamin.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi prinsip etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares di Kabupaten Tegal telah diterapkan oleh sebagian besar pelaku usaha, terutama pada aspek kejujuran dan tanggung jawab. Prinsip kejujuran terlihat dari upaya produsen dan pengecer dalam menjaga kualitas produk serta memberikan produk yang sesuai kepada konsumen. Sementara itu, prinsip tanggung jawab tercermin dari usaha pelaku distribusi dalam menjaga kualitas produk selama proses produksi dan penjualan.

Namun, penerapan prinsip keadilan dan transparansi masih belum berjalan secara optimal. Hal tersebut terlihat dari adanya perbedaan margin keuntungan antar pelaku distribusi, belum adanya standar harga yang jelas, serta kurangnya keterbukaan informasi terkait biaya distribusi dan keuntungan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sistem distribusi Kacang Bogares masih bersifat sederhana dan belum terstruktur secara baik.

Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis memiliki peran penting dalam menciptakan hubungan usaha yang sehat, meningkatkan kepercayaan antar pelaku usaha, serta menjaga keberlanjutan usaha UMKM. Oleh karena itu, diperlukan upaya perbaikan sistem distribusi melalui peningkatan transparansi, penetapan standar harga distribusi, serta penguatan pemahaman etika bisnis bagi pelaku usaha agar kegiatan distribusi dapat berjalan lebih adil, efektif, dan berkelanjutan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan penerapan etika bisnis dalam rantai distribusi Kacang Bogares, yaitu sebagai berikut:

1. Pelaku usaha diharapkan dapat menerapkan standar harga distribusi yang lebih jelas dan adil agar tidak terjadi perbedaan margin keuntungan yang terlalu besar antar pelaku distribusi.
2. Produsen, distributor, dan pengecer perlu meningkatkan keterbukaan informasi terkait harga, biaya distribusi, dan sistem kerja sama guna menciptakan hubungan usaha yang lebih transparan dan terpercaya.
3. Pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan sistem pencatatan usaha dan pengelolaan distribusi agar proses distribusi produk dapat berjalan lebih teratur dan efisien.
4. Pemerintah daerah dan instansi terkait diharapkan dapat memberikan pelatihan mengenai etika bisnis, manajemen distribusi, serta pengelolaan usaha kepada pelaku UMKM agar kemampuan pengelolaan usaha semakin meningkat.
5. Perlu adanya penguatan kerja sama antar pelaku usaha dalam rantai distribusi Kacang Bogares guna menciptakan sistem distribusi yang lebih sehat, stabil, dan berkelanjutan.

6. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai etika bisnis pada UMKM dengan cakupan wilayah yang lebih luas serta menggunakan pendekatan penelitian yang lebih mendalam agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Tambunan, T. (2020). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

A. Sonny Keraf. (2010). *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.

Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Matthew B. Miles, & A. Michael Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.

Dewi Sari. (2021). Etika bisnis pada UMKM dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 45–53.

Rahmawati. (2022). Transparansi distribusi produk UMKM dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(1), 60–69.

Ahmad Fauzi. (2020). Sistem distribusi dan penetapan harga pada usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 88–97.

Nurhayati. (2021). Penerapan prinsip etika bisnis pada usaha kecil dan menengah. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 25–34.