

TESIS

**PELAKSANAAN PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS
DALAM IKLAN PT UNILEVER LIFEBOUY DI DESA
BITOBE KABUPATEN KUPANG NUSA TENGGARA
TIMUR**



ANNA MARIA THERESIA UTA MAGHO

No.Mahasiswa : 135201989/PS/MIH

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2015



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM

PERSETUJUAN TESIS

Nama : ANNA MARIA THERESIA UTA MAGHO
Nomor Mahasiswa : 135201989/PS/MIH
Konsentrasi : Ekonomi Bisnis
Judul Tesis : Pelaksanaan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Strategi
Pemasaran Pada Iklan PT Unilever Lifebuoy Di Desa
Bitobe Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Dr. Th. Anita Christiani, S.H., M.Hum.

.....

Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

.....



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM

PENGESAHAN TESIS

Nama : ANNA MARIA THERESIA UTA MAGHO
 Nomor Mahasiswa : 135201989/PS/MIH
 Konsentrasi : Ekonomi Bisnis
 Judul Tesis : Pelaksanaan Prinsi-Prinsip Etika Bisnis Dalam Iklan PT
 Unilever Lifebuoy Di Desa Bitobe Kabupaten Kupang
 Nusa Tenggara Timur

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Dr. Th. Anita Christiani.S.H., M.Hum.
 (Ketua)

Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.
 (Anggota)

Dr. C. Kastowo, S.H., MH.
 (Anggota)

.....

Kepala Program Studi

.....

Dr. E. Sundari, S.H., M.Hum.
 PASCASARJANA

MOTTO

“Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimanya” (Matius 21:18-22).

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada Allah Tritunggal Mahakudus dan kepada Bunda Maria atas segala rahmat dan cinta yang diberikan untuk saya.



KATA PENGANTAR

Syukur dan pujian dihaturkan kepada Allah Tritunggal yang Mahakudus dan yang Mahakasih atas segala rahmat, berkat dan kasih setiaNya dan doa Bunda Maria sehingga tesis ini yang berjudul Pelaksanaan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Iklan PT Unilever Lifebuoy Di Desa Bitobe Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur dapat selesai dengan baik. Penyusunan tesis ini sebagai rangkaian proses penelitian dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Humaniora pada Program Pascasarjana Magister Ilmu Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penyusunan tesis ini telah melalui proses yang cukup panjang dan seringkali penuh dengan godaan dan tantangan. Niat yang teguh, harapan dan doa senantiasa menjadi kekuatan dalam menghadapi semua itu sehingga selalu ada jalan yang terbuka untuk berproses secara lebih baik dari waktu ke waktu.

Motivasi dan kasih dari para dosen, keluarga, teman-teman dan semua pihak lainnya menjadi penyemangat tersendiri yang akan selalu kukenang. Secara khusus beberapa pihak yang dapat disebutkan dalam tesis ini adalah:

1. Bapak Dr. G. Sri Nurhartanto, S.H., M.Hum selaku Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Drs. .M. Parnawa Putranta, MBA, Ph.D selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Dr. E. Sundari, S.H, M.Hum selaku Kepala Program Studi Magister Ilmu Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

4. Ibu Dr. Th. Anita Christiani, S.H. M.Hum selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, menginspirasi, dan memotivasi penulis dengan penuh kesabaran, kesetiaan, dan perhatian selama proses pengerjaan tesis. Semoga Ibu dan keluarga senantiasa dilindungi dan diberkati Tuhan.
5. Bapak Drs. M. Parnawa Putranta, MBA.,Ph.D selaku Pembimbing kedua yang telah membimbing, menginspirasi, memotivasi, penulis dengan penuh kesabaran, kegembiraan dan perhatian selama proses pengerjaan tesis. Semoga bapak dan keluarga senantiasa dilindungi dan diberkati Tuhan.
6. Bapak Dr. C. Kastowo, S.H., MH selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan dan pengetahuan demi perbaikan tesis ini. Semoga Bapak dan keluarga senantiasa dilindungi dan diberkati Tuhan.
7. Ibu Dr. E. Sundari, S.H., M.Hum selaku Kepala Program Studi Pascasarjana Magister Ilmu Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang luar biasa dengan pendekatan relasi yang akrab, ramah, dan selalu memantau mahasiswa Program Pascasarjana Magister Ilmu Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Semoga ibu dan keluarga senantiasa dilindungi dan diberkati Tuhan.
8. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Pascasarjana Magister Ilmu Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang luar biasa dengan pendekatan relasi yang akrab, ramah dan penuh pengertian. Semoga Tuhan memberkati keluarga serta menyertai bapak/ibu sekalian.
9. Petugas perpustakaan Atma Jaya yang berada di Babarsari dan di Mrican
10. Para admisi Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

11. Ibu Maria Andina Tontey selaku Senior Brand Manager PT Unilever Lifebuoy, yang telah memberikan izin kepada saya untuk diwawancarai sebagai responden dalam penelitian saya dan selalu memberikan saya bantuan. Terimakasih banyak, semoga Ibu sekeluarga selalu dilindungi dan diberkati Tuhan.
12. Bapak Frans Nahak selaku Kepala Desa Bitobe, yang telah memberikan izin kepada saya untuk diwawancarai sebagai responden dalam penelitian saya dan selalu memberikan saya bantuan. Terimakasih banyak, semoga Bapak sekeluarga selalu dilindungi dan diberkati Tuhan.
13. Bapak Ignasius Nanek selaku Ketua LSM Flobamora, yang telah memberikan saya izin untuk diwawancarai sebagai responden dalam penelitian saya dan selalu memberikan saya bantuan. Terimakasih banyak, semoga Bapak sekeluarga selalu dilindungi dan diberkati Tuhan.
14. Keluarga tercinta: Orang tuaku yang sangat aku cintai dan mencintaiku, Bapak Marthinus Magho dan Ibu Katharina Sale Woghe (Alm). Kakak dan adik saya tercinta Christana Maria Daku Magho, Albertus Goa. Terima kasih atas doa dan cinta bagi saya. Semoga pilihan hidupku dapat kupertanggungjawabkan dan menjadi saluran berkat bagi semua orang. Terimakasih juga untuk seluruh keluarga besar Luda dan Woghe untuk semua doa dan dukungan untuk penyelesaian tesis ini. Terimakasih juga untuk adik tersayang Tito Na'u yang sudah membantu dalam membuat abstrak, semoga Tuhan selalu memberkati.

15. Para sahabat tercinta: Sherly, Rachel, Edo, Jopu, Hiro, Lany, Ayu, Kity, Shally, Waty, Achan, k'Imo, k'In dan Lien. Terima kasih sudah menyemangati dan selalu memberikan spirit baru buat saya dalam mengerjakan tesis ini, semoga Tuhan memberkati.
16. Teman-teman Magister Ilmu Hukum angkatan September 2013. Semoga pengalaman bersama, foto, video dokumenter, jaket dan lain-lain menjadi “obat rindu” dimanapun dan kapanpun kita berada.
17. Semua pihak yang telah mencintai, membantu, dan mendoakan
Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak terdapat kekurangan. Penulis terbuka untuk menerima koreksi dan masukan dari berbagai pihak demi perbaikan tesis ini. Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat seluruh bagi pembaca dan dunia pendidikan.

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Dengan ini penulis menyatakan bahwa tesis ini yang diberi judul: “Pelaksanaan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Iklan PT Unilever Lifebuoy Di Desa Bitobe Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur” merupakan karya asli penulis. Belum pernah diajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar akademik, baik di Universitas Atma Jaya Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya. Seluruh informasi di dalam tesis ini yang berasal dari penulis lain telah diberikan penghargaan dengan menyebut nama pengarang, judul buku atau tulisan aslinya, dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 7 Oktober 2015

Yang Menyatakan,

Anna Maria Theresia Uta Magho
NPM. 135201989

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN KEASLIAN	x
DAFTAR ISI	xi
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Keaslian Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	9
F. Tujuan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10

A. Tinjauan Umum Tentang Perusahaan	10
1. Pengertian Perusahaan	10
2. Tujuan Perusahaan	14
3. Strategi Perusahaan Untuk Mendapatkan Keuntungan	18
B. Dasar Pelaksanaan Etika Bisnis	29
1. Pengertian Etika Dan Etika Bisnis	29
1.1 Pengertian Etika	29
1.2 Pengertian Etika Bisnis	33
2. Hubungan Perusahaan dengan Etika Bisnis	39
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis	44
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Jenis Penelitian	62
B. Pendekatan Penelitian	63
C. Data Penelitian	63
1. Data Primer	63
2. Data Sekunder	64
D. Metode Pengumpulan Data	65
1. Cara Pengumpulan Data	65
2. Alat Pengumpulan Data	66
E. Responden	66
F. Lokasi Penelitian	67
G. Analisis Data Penelitian	67
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	68

A. Tinjauan Umum Tentang PT Unilever Lifebuoy.....	68
B. Pelaksanaan Iklan Kesehatan Masyarakat di Desa Bitobe Dalam Rangka Menaikan Citra Perusahaan Ditinjau Dari Prinsip Etika Bisnis.....	72
1. Proses Pelaksanaan Iklan PT Unilever Lifebuoy Di Desa Bitobe Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur	72
a. Alasan PT Unilever Lifebuoy Membuat Iklan Di Desa Bitobe	72
b. Pelaksanaan Iklan Di Desa Bitobe Dan Penayangannya	77
c. Argumentasi Penolakan Dari LSM.....	82
d. Manfaat Iklan Untuk Masyarakat Bitobe.....	84
2. Iklan Kesehatan Masyarakat PT Unilever Lifebuoy Di Desa Bitobe Ditinjau Dari Prinsip Etika Bisnis	87
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111

INTISARI

PELAKSANAAN PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS DALAM IKLAN PT UNILEVER LIFEBUOY DI DESA BITOBE KABUPATEN KUPANG NUSA TENGGARA TIMUR

PT Unilever Lifebuoy merupakan sebuah perusahaan yang besar, oleh karena itu PT Unilever Lifebuoy tentu mempunyai banyak pesaing dari perusahaan lain dalam menjalankan kegiatan usaha mereka. Setiap perusahaan mempunyai cara atau strategi yang dapat digunakan agar perusahaan bisa tetap bertahan menjalankan kegiatan usaha mereka, sehingga tujuan dari perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan atau laba dapat tercapai. Berkaitan dengan penulisan ini, maka strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam hal ini PT Unilever Lifebuoy adalah strategi pemasaran khususnya mengenai iklan. Sebuah perusahaan dalam membuat sebuah iklan harus menerapkan atau memperhatikan prinsip-prinsip dari etika bisnis. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis antara lain: otonomi, kejujuran, tidak berbuat jahat dan prinsip berbuat baik, keadilan, dan hormat kepada diri sendiri. PT Unilever Lifebuoy membuat iklan kesehatan menaikan citra perusahaan dengan mengambil tempat atau lokasi di Desa Bitobe Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur(NTT). Iklan kesehatan masyarakat ini mengajak masyarakat untuk menerapkan pola hidup sehat, salah satunya dengan selalu mencuci tangan dengan menggunakan sabun. Iklan yang dibuat oleh PT Unilever Lifebuoy dilihat dari etika bisnis merupakan suatu perbuatan yang baik karena etika bisnis merupakan studi mengenai moral yang baik atau salah. Pada kenyataannya iklan tersebut ditolak oleh masyarakat NTT. Penelitian mengenai Pelaksanaan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Pada Iklan PT Unilever Lifebuoy Di Desa Bitobe Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur bertujuan untuk mengetahui mengapa penayangan iklan kesehatan masyarakat dalam rangka menaikan citra perusahaan oleh PT Unilever Lifebuoy di Desa Bitobe Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur ditolak oleh masyarakat Nusa Tenggara Timur.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum empiris dengan menggunakan pendekatan sosiologi hukum, dengan menggunakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan responden dan studi kepustakaan, data yang diperoleh kemudian dianalisis. Pada tahap akhir proses berpikir dilakukan secara induktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua prinsip-prinsip etika bisnis diterapkan dalam pembuatan iklan di Desa Bitobe dalam hal ini prinsip keadilan, hal ini yang mengakibatkan masyarakat NTT yang berada di luar wilayah Bitobe menolak penayangan iklan tersebut.

Kata kunci; Citra Perusahaan, Penolakan Iklan, dan Prinsip Etika Bisnis

ABSTRACT

The Implementation of Business Ethics Principles in The Advertisements of PT Unilever Lifebuoy in Bitobe Village Kupang Nusa Tenggara Timur

PT Unilever Lifebuoy, as a big company, has so many competitors in running businesses; therefore, it must have a strategy which is used to keep running business activities and get the advantages. The strategy that is going to be explained in this research is a marketing strategy using advertisements. Dealing with making the advertisements, there must be business ethics principles. The principles -autonomy, honesty, justice, self-respect- have to be implemented in order to be successful in this area.

*PT Unilever Lifebuoy makes health advertisements to increase a good corporate image by taking place in Bitobe Village, Kupang Nusa Tenggara Timur (NTT). These advertisements are to invite the society in that village to build a good and healthy life, one of them is doing hand washing by using a soap. Dealing with business ethics, the advertisements are good because basically, business ethics refer to a study about moral whether it is good or not. Ironically, the advertisements are refused by the society in NTT. Therefore, this research entitled *The Implementation of Business Ethics Principles in The Marketing Strategy on The Advertisements of PT Unilever Lifebuoy in Bitobe Village, Kupang, NTT* is to get the in-depth information why the implementation of health advertisements for the society in increasing the corporate image of PT Unilever Lifebuoy is refused by the society in NTT.*

The research method that is used is empirical legal research by using sociological juridical approach (Socio-Legal Approach), primary, and secondary data. Data collection methods are using interviews and library research. In this research, the researcher uses inductive thinking. As the result, not all of the business ethics principles are implemented by PT Unilever Lifebuoy in making advertisements in Bitobe Village; consequently, people who live out of Bitobe Village refuse the existence of those advertisements.

Keywords; Corporate Image, the refusal on advertisements, business ethics principles