

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA PERUSAHAAN WARALABA DI LABBAIK CHICKEN CABANG KAMPUNG BALI KOTA BENGKULU

Hilyati Milla¹, Ade Irma Suryani², Muhammad Rustu Sawaludin^{3*}

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: hilyatimilla@umb.ac.id¹, adeirmasuryani@umb.ac.id², muhammadrustu747@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis penerapan etika bisnis pada perusahaan waralaba Labbaik Chicken Cabang Kampung Bali, Kota Bengkulu. Konsep waralaba yang berkembang pesat menuntut konsistensi etika dalam operasionalnya, terutama di sektor makanan cepat saji yang bersentuhan langsung dengan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis, khususnya aspek kejujuran, transparansi, tanggung jawab, dan keadilan, diterapkan dalam praktik pelayanan harian. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan supervisor, karyawan, dan pelanggan, serta observasi partisipatif dan studi dokumentasi SOP perusahaan. Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Labbaik Chicken Cabang Kampung Bali telah berupaya menerapkan etika bisnis melalui SOP dan kesadaran karyawan. Namun, ditemukan inkonsistensi dalam penyampaian informasi promo yang kurang transparan dan mekanisme penanganan keluhan yang belum sistematis. Implikasi penelitian ini menyoroti pentingnya internalisasi nilai etika dan peningkatan konsistensi dalam pelayanan untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan citra perusahaan waralaba.

Kata kunci: Etika Bisnis, Waralaba, Labbaik Chicken, Pelayanan

ABSTRACT

This study analyzes the application of business ethics at the Labbaik Chicken franchise company, Kampung Bali Branch, Bengkulu City. The rapidly growing franchise concept demands ethical consistency in its operations, especially in the fast food sector that is in direct contact with consumers. The purpose of this study is to describe and analyze how the principles of business ethics, especially the aspects of honesty, transparency, responsibility, and fairness, are applied in daily service practices. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with supervisors, employees, and customers, as well as participant observation and documentation studies of the company's SOP. Data analysis was carried out using the Miles and Huberman interactive model. The results of the study indicate that Labbaik Chicken, Kampung Bali Branch has attempted to implement business ethics through SOPs and employee awareness. However, inconsistencies were found in the delivery of less transparent promotional information and a complaint handling mechanism that was not yet systematic. The implications of this study highlight the importance of internalizing ethical values and increasing consistency in service to maintain customer trust and the image of the franchise company.

Keyword: Business Ethics, Franchise, Labbaik Chicken, Service.

PENDAHULUAN

Perusahaan waralaba atau *franchise* merupakan salah satu model bisnis yang berkembang pesat di era globalisasi. Konsep ini dinilai mampu memberikan peluang ekonomi yang besar karena menawarkan sistem bisnis yang telah teruji, manajemen terstandar, dan kekuatan merek yang telah dikenal publik. Menurut Asosiasi Franchise Indonesia, waralaba adalah suatu bentuk kerjasama antara pemilik merek (franchisor) dengan mitra usaha (franchisee) yang menjalankan bisnis berdasarkan standar operasional yang sama, dengan tujuan utama memperoleh keuntungan bersama (Hasoloan, 2018). Di Indonesia, sistem waralaba telah menjamur dalam berbagai sektor, salah satunya di bidang makanan cepat saji. Salah satu perusahaan waralaba lokal yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah Labbaik Chicken, yang mengusung konsep makanan halal, harga terjangkau, dan pelayanan cepat.

Namun, di tengah pertumbuhan jumlah cabang dan tingginya ekspektasi pelanggan, muncul tantangan besar terkait bagaimana nilai-nilai etika bisnis diterapkan secara konsisten dalam praktik pelayanan di lapangan. Etika bisnis menjadi komponen penting yang tidak dapat diabaikan dalam setiap aktivitas perusahaan, terutama dalam perusahaan yang bersentuhan langsung dengan konsumen. Etika bisnis tidak hanya menyangkut tata krama dalam bertransaksi, tetapi juga mencakup prinsip-prinsip moral seperti keadilan, tanggung jawab, kejujuran, dan transparansi (Echdar & Maryadi, 2021). Menurut Djakfar (2020), etika dalam bisnis merupakan pedoman normatif yang memberikan batasan mana yang pantas dan tidak pantas dilakukan oleh pelaku usaha dalam upaya mencapai tujuannya.

Labbaik Chicken, yang merupakan unit usaha dari PT. Cipta Rasa Sempurna, memiliki lebih dari 40 cabang yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, termasuk cabang di Kampung Bali, Kota Bengkulu. Meskipun perusahaan ini telah memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mengatur berbagai aspek pelayanan, fakta di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua nilai etika bisnis diterapkan secara optimal. Hasil observasi awal peneliti menunjukkan bahwa masih terdapat inkonsistensi dalam penyampaian informasi terkait harga dan promo, penanganan keluhan pelanggan yang belum tertata secara sistematis, serta adanya perbedaan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, tergantung pada siapa yang melayani dan situasi pada saat itu.

Kondisi tersebut mengindikasikan perlunya kajian yang lebih mendalam tentang bagaimana penerapan etika bisnis dilakukan dalam kerangka kerja perusahaan waralaba seperti Labbaik Chicken. Terlebih, perusahaan ini berada dalam industri makanan yang sangat bergantung pada kepercayaan publik dan kualitas interaksi pelayanan. Dalam konteks ini, pendekatan etika normatif menjadi penting untuk dianalisis, karena fokusnya adalah pada apa yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab moralnya kepada pelanggan dan masyarakat (Velasquez, 2012).

Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Pratantia dan Nilasari (2021) menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan usaha, terutama dalam menjaga loyalitas pelanggan dan citra perusahaan. Sementara itu, penelitian oleh Jubaidah dkk. (2022) juga menegaskan bahwa bisnis yang tidak mengintegrasikan prinsip etika dalam pelayanannya cenderung menghadapi penurunan kepercayaan dan performa pasar. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk mengisi celah dalam literatur dengan menelaah penerapan etika bisnis, khususnya pada aspek etika normatif, dalam SOP pelayanan yang dilakukan oleh franchisee Labbaik Chicken di cabang Kampung Bali, Kota Bengkulu.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan etika bisnis dilakukan dalam praktik operasional harian di Labbaik Chicken, serta sejauh mana prinsip-prinsip normatif seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi benar-benar terinternalisasi dalam pelayanan kepada pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian etika bisnis di sektor waralaba serta memberikan masukan praktis bagi perusahaan dalam mengevaluasi dan memperbaiki kebijakan pelayanannya di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis penerapan etika bisnis pada perusahaan waralaba Labbaik Chicken Cabang Kampung Bali, Kota Bengkulu. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam dari sudut pandang partisipan dan konteksnya, sementara deskriptif bertujuan memberikan gambaran sistematis mengenai fakta-fakta dan karakteristik yang ditemukan (Sugiyono, 2017). Penelitian ini difokuskan pada Labbaik Chicken Cabang Kampung Bali, dan subjek penelitian ditentukan secara purposive yang meliputi Manajer/Supervisor, beberapa karyawan pelayanan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan, serta beberapa pelanggan Labbaik Chicken Cabang Kampung Bali. Pemilihan subjek ini didasarkan pada keterlibatan langsung mereka dalam operasional dan pelayanan yang relevan dengan fokus etika bisnis.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interviews) dengan subjek penelitian untuk menggali persepsi dan pengalaman mereka, serta observasi partisipatif terhadap praktik pelayanan di lapangan untuk mengamati interaksi dan konsistensi penerapan etika. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen internal perusahaan seperti Standar Operasional Prosedur (SOP) dan data terkait lainnya. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1994), yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data untuk mengidentifikasi tema kunci, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan keabsahan data, teknik triangulasi sumber diterapkan dengan membandingkan informasi dari Manajer, karyawan, dan pelanggan, guna memverifikasi konsistensi temuan dan meningkatkan validitas penelitian (Moleong, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara mendalam penerapan etika bisnis normatif pada pelayanan konsumen di Labbaik Chicken Cabang Kampung Bali, Kota Bengkulu. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh dan mendalam tentang realitas yang terjadi di lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis secara kualitatif melalui tahap reduksi, penyajian, serta penarikan kesimpulan.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah empat pilar etika bisnis normatif yang tercermin dalam SOP (Standard Operating Procedure) pelayanan di Labbaik Chicken, yakni: keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi.

Penerapan Prinsip Keadilan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa karyawan, seperti Bapak Adi (Supervisor), Sonni, Alpan, dan Belin, diketahui bahwa Labbaik Chicken memiliki komitmen kuat dalam menerapkan prinsip keadilan dalam melayani pelanggan. Mereka menyatakan bahwa SOP pelayanan telah dirancang untuk memastikan tidak adanya diskriminasi berdasarkan status sosial, gender, usia, penampilan fisik, atau frekuensi kunjungan pelanggan.

Bapak Adi menegaskan bahwa perusahaan melatih seluruh karyawan agar memberikan layanan yang sama kepada setiap pelanggan, baik pelanggan baru maupun pelanggan tetap. Belin dan Sonni juga menyatakan bahwa mereka tidak dibenarkan memberikan pelayanan khusus pada pelanggan tertentu, kecuali dalam konteks promo yang berlaku secara umum. SOP mengharuskan semua proses pelayanan, mulai dari penyambutan, pengambilan pesanan, hingga penyampaian makanan, dilakukan secara konsisten dan seragam kepada semua orang.

Observasi lapangan mendukung temuan tersebut. Peneliti mengamati bahwa pelanggan dilayani secara adil, tidak ada perlakuan khusus terhadap pelanggan tertentu. Tidak ditemukan perbedaan waktu pelayanan yang signifikan, baik untuk pelanggan yang datang sendiri maupun yang datang dalam rombongan. Ini membuktikan bahwa prinsip kesetaraan dan keadilan menjadi bagian integral dari budaya kerja Labbaik Chicken. Triangulasi data dilakukan dengan mewawancarai pelanggan dari berbagai latar belakang. Mayoritas menyatakan bahwa mereka merasa dihargai dan diperlakukan dengan sopan, tanpa membedakan status sosial atau penampilan. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip keadilan telah diinternalisasi oleh seluruh tim operasional.

Penerapan Prinsip Kejujuran

Kejujuran merupakan nilai sentral dalam pelayanan di Labbaik Chicken. Hasil wawancara dengan karyawan seperti Bagus, Belin, Bapak Adi, dan Subhan menunjukkan bahwa perusahaan sangat menekankan keterbukaan dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan. Menurut Bagus, sejak awal pelatihan, karyawan diberi pemahaman bahwa kejujuran bukan hanya sikap pribadi, tetapi merupakan bagian dari profesionalisme kerja. Dalam praktiknya, jika ada kendala seperti habisnya menu, keterlambatan penyajian, atau ketentuan promo yang berubah, mereka diwajibkan untuk memberitahukan kepada pelanggan secara jujur dan sopan.

Belin menambahkan bahwa SOP perusahaan secara eksplisit mengarahkan staf untuk tidak menyembunyikan informasi apapun yang berkaitan dengan produk maupun layanan. Informasi seperti waktu tunggu, komposisi makanan, atau batas waktu promo harus dijelaskan secara jujur, meskipun berpotensi membuat pelanggan kecewa. Subhan menekankan bahwa nilai kejujuran juga berlaku dalam penyajian harga dan porsi makanan. Pelanggan harus mendapatkan informasi yang akurat, agar tidak timbul persepsi negatif terhadap perusahaan. Dalam observasi, peneliti juga mendapati bahwa karyawan selalu menyampaikan informasi dengan jelas dan sopan, termasuk saat pesanan pelanggan tidak tersedia.

Dari hasil triangulasi dengan pelanggan, ditemukan bahwa pelanggan cenderung menilai Labbaik Chicken sebagai restoran yang jujur dan transparan dalam pelayanannya. Ini membuktikan bahwa prinsip kejujuran telah diterapkan tidak hanya pada level aturan, tetapi juga dalam perilaku keseharian karyawan.

Penerapan Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan aspek penting dalam etika bisnis dan menjadi perhatian utama dalam SOP pelayanan Labbaik Chicken. Hasil wawancara dengan Martin, Alpan, dan Sonni menunjukkan bahwa karyawan diberi arahan yang jelas tentang bagaimana merespon keluhan dan menangani kesalahan. Martin menyatakan bahwa perusahaan memberikan panduan teknis dan etis tentang bagaimana menghadapi pelanggan yang kecewa atau tidak puas. Prosedurnya dimulai dari mengakui kesalahan, meminta maaf, menawarkan solusi (refund, penggantian makanan, atau diskon), hingga mencatat laporan untuk evaluasi internal. Alpan menyebut bahwa setiap staf memiliki tanggung jawab langsung terhadap pelayanan, bukan hanya atasan. Jika ada kesalahan seperti pesanan tertukar, makanan kurang matang, atau pelayanan lambat, staf diharapkan langsung mengambil tindakan. Tidak diperkenankan untuk menghindari tanggung jawab atau menunda respon.

Triangulasi dari pelanggan menunjukkan bahwa respons terhadap keluhan di Labbaik Chicken dinilai cepat dan tepat. Pelanggan menyampaikan bahwa mereka merasa dihormati karena komunikasi penanganan masalah dilakukan dengan tenang, tidak defensif, dan terbuka. Dari observasi, terlihat bahwa mekanisme tanggap darurat terhadap keluhan telah menjadi rutinitas profesional. Hal ini menandakan bahwa Labbaik Chicken telah berhasil menerapkan prinsip tanggung jawab sebagai bagian integral dari operasional harian.

Penerapan Prinsip Transparansi

Transparansi dalam bisnis sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen. Di Labbaik Chicken, prinsip ini diterapkan secara nyata, terutama dalam komunikasi mengenai promosi, kebijakan diskon, dan ketersediaan produk. Dalam wawancara, Bapak Adi menegaskan bahwa SOP mengharuskan karyawan untuk menyampaikan informasi terkait promo dengan jelas. Jika pelanggan bertanya mengenai program diskon, karyawan harus menjelaskan syarat, ketentuan, batas waktu, dan menu yang termasuk dalam promo secara lengkap, agar tidak terjadi kesalahpahaman.

Subhan menambahkan bahwa perusahaan memiliki mekanisme khusus untuk menginformasikan perubahan atau pembatalan promo secara mendadak, misalnya karena kehabisan stok atau kebijakan pusat. Dalam kondisi seperti itu, karyawan diinstruksikan untuk segera menyampaikan informasi secara sopan dan menawarkan alternatif kepada pelanggan. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa informasi promosi ditampilkan secara visual (poster, spanduk, display digital) dan karyawan turut aktif menjelaskannya secara lisan.

Peneliti tidak menemukan kasus pelanggan yang merasa tertipu atau kecewa karena informasi yang ditutup-tutupi. Wawancara dengan pelanggan menguatkan temuan ini, di mana mereka mengaku mendapatkan informasi promo dengan jelas, terbuka, dan tidak ambigu, baik saat bertanya langsung maupun melalui media promosi di outlet. Ini menunjukkan bahwa prinsip transparansi bukan hanya strategi bisnis, tetapi sudah menjadi nilai yang melekat dalam SOP dan sikap kerja karyawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Labbaik Chicken Cabang Kampung Bali Kota Bengkulu telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis normatif secara menyeluruh dan konsisten dalam praktik pelayanan kepada konsumennya. Etika bisnis normatif merupakan pendekatan yang menitikberatkan pada apa yang seharusnya dilakukan oleh pelaku usaha berdasarkan prinsip-prinsip moral yang ideal. Dalam penelitian ini, prinsip

yang menjadi fokus adalah keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi. Keempat nilai tersebut tidak hanya dicantumkan dalam standar operasional prosedur (SOP), tetapi juga telah diinternalisasi dalam perilaku dan budaya kerja karyawan secara nyata.

Prinsip keadilan tercermin dari perlakuan setara terhadap semua pelanggan, tanpa membedakan latar belakang sosial, penampilan, atau status pelanggan. Berdasarkan wawancara dengan beberapa karyawan dan hasil observasi di lapangan, tidak ditemukan indikasi perlakuan istimewa terhadap pelanggan tertentu. Semua pelanggan mendapat layanan dengan cara yang sama, baik dari segi penyambutan, penyajian makanan, maupun penanganan komplain. Ini menandakan bahwa perusahaan telah membangun sistem pelayanan yang adil dan bebas diskriminasi. Hal ini sejalan dengan teori Muslich dalam klasifikasi etika bisnis normatif, bahwa keadilan merupakan prinsip dasar dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Selanjutnya, penerapan prinsip kejujuran juga telah berjalan dengan baik. Karyawan secara aktif menyampaikan informasi secara jujur dan terbuka kepada pelanggan, mulai dari ketentuan promo, waktu tunggu, hingga kondisi produk yang tersedia atau tidak. Dalam kondisi pelayanan yang tidak optimal, seperti keterlambatan penyajian atau menu yang habis, para karyawan tetap menjelaskan secara jujur kepada pelanggan tanpa menyembunyikan fakta. Hal ini menunjukkan bahwa kejujuran telah menjadi budaya kerja, bukan hanya sekadar perintah atasan atau formalitas SOP. Prinsip ini mendukung pandangan Kovac (2018) bahwa kejujuran merupakan fondasi utama dalam membangun kredibilitas sebuah usaha. Dalam praktiknya, Labbaik Chicken tidak hanya mengajarkan kejujuran sebagai nilai etika, tetapi juga menanamkannya sebagai bagian dari profesionalitas kerja, di mana karyawan menyadari bahwa keterbukaan informasi berkontribusi langsung pada kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Prinsip tanggung jawab juga tampak sangat kuat dalam operasional pelayanan. Dalam wawancara, para karyawan menjelaskan bahwa SOP perusahaan mewajibkan mereka untuk segera merespons keluhan pelanggan dengan cepat, sopan, dan tepat sasaran. Jika terjadi kesalahan, mereka tidak hanya diminta untuk meminta maaf, tetapi juga mencari solusi yang terbaik, misalnya dengan mengganti makanan, memberikan kompensasi, atau menyampaikan keluhan kepada atasan untuk ditindaklanjuti. Tanggung jawab ini tidak hanya berlaku bagi manajer atau supervisor, tetapi menjadi kewajiban. Seluruh karyawan yang terlibat langsung dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori Djakfar (2022) yang menyebutkan bahwa perilaku pelaku ekonomi tidak lepas dari kualitas moralnya, dan semakin tinggi moral seseorang, maka semakin tinggi pula kesadaran tanggung jawab yang dimilikinya. Dalam konteks ini, tanggung jawab bukan sekadar menyelesaikan masalah sesaat, tetapi juga menjaga citra perusahaan secara jangka panjang.

Adapun prinsip transparansi di Labbaik Chicken sangat menonjol terutama dalam konteks promosi dan informasi harga. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, setiap karyawan diberikan pemahaman dan instruksi khusus untuk menjelaskan dengan terbuka semua program promosi yang sedang berlangsung kepada pelanggan, termasuk batas waktu, menu yang termasuk dalam promo, serta syarat dan ketentuannya. Bahkan jika terjadi perubahan mendadak dalam kebijakan promosi, SOP sudah mengatur agar karyawan menyampaikan informasi tersebut secara jelas kepada pelanggan, sekaligus menawarkan alternatif apabila memungkinkan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak ingin mengecoh atau menyesatkan konsumen dengan informasi yang tidak lengkap, tetapi justru membangun sistem komunikasi yang terbuka, jujur, dan dapat dipercaya.

Pandangan ini sejalan dengan prinsip-prinsip transparansi dalam good corporate governance, yang mengutamakan keterbukaan informasi untuk menciptakan hubungan bisnis yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.

Dari keempat prinsip tersebut, dapat dilihat bahwa Labbaik Chicken telah berhasil membangun praktik bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga pada etika dan tanggung jawab sosial. Hal ini menjadi nilai tambah yang membedakan perusahaan ini dari banyak bisnis lain yang hanya berfokus pada target penjualan. Nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi jika diterapkan secara konsisten seperti dalam kasus ini, tidak hanya menciptakan lingkungan kerja yang sehat bagi karyawan, tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat citra perusahaan di mata publik. Penerapan etika bisnis normatif ini juga menunjukkan bahwa Labbaik Chicken mampu menjawab tantangan etika dalam dunia waralaba yang umumnya terstandarisasi dan kadang mengabaikan fleksibilitas nilai-nilai moral dalam praktik pelayanan sehari-hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Labbaik Chicken Cabang Kampung Bali Kota Bengkulu telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis normatif secara cukup baik dalam aktivitas pelayanannya. Nilai-nilai keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi tampak terintegrasi dalam SOP serta sikap kerja karyawan. Prinsip keadilan diwujudkan melalui perlakuan yang setara kepada semua pelanggan tanpa membedakan status sosial, penampilan, atau frekuensi kunjungan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berusaha menjunjung tinggi nilai kesetaraan dalam layanan, yang berdampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Prinsip kejujuran dan tanggung jawab juga tercermin dalam kejujuran penyampaian informasi mengenai kondisi produk, ketersediaan menu, serta mekanisme penanganan keluhan. Karyawan tidak hanya menyampaikan informasi secara terbuka dan sopan, tetapi juga tanggap dalam menghadapi keluhan dengan menawarkan solusi, seperti penggantian pesanan atau kompensasi sesuai kebijakan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memprioritaskan hubungan jangka panjang yang sehat dengan konsumennya. Hal tersebut memperkuat posisi Labbaik Chicken sebagai waralaba yang memiliki kesadaran moral dalam pelayanan.

Namun demikian, meskipun secara umum penerapan etika bisnis telah berlangsung cukup baik, penelitian ini juga menemukan adanya beberapa inkonsistensi, khususnya dalam penyampaian informasi promo yang belum seragam dan sistem penanganan keluhan yang belum sepenuhnya sistematis. Oleh karena itu, disarankan agar pihak manajemen terus meningkatkan pelatihan dan pengawasan terhadap implementasi SOP, khususnya dalam hal transparansi dan tanggung jawab karyawan. Dengan melakukan evaluasi dan peningkatan secara berkelanjutan, perusahaan dapat memperkuat citra etisnya dan menjaga kepercayaan publik dalam jangka panjang.



DAFTAR PUSTAKA

- Priyono dan Zainuddin Ismail. *Teori Ekonomi.*; 2017.
- Amalia Yunia Rahmawati. Etika dalam Bisnis. 2020;(July):1–23.
- Aziz A, Zakir S. Indonesian Research Journal on Education : Jurnal Ilmu Pendidikan. 2022;2(3):1030–1037.
- Dharma Nurhalim A. Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya dalam Kemajuan Perusahaan. *J Ilmu Komput dan Bisnis.* 2023;14(2a):11–20. doi:10.47927/jikb.v14i2a.536
- Redjeki S, Kantor S, Sri A, et al. Waralaba (Franchise) Di Indonesia. *Waralaba di Indones Lex Jurnalica.* 2011;8(2):127.
- RI. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba. *Database Peratur.* Published online 2007.
- Dwipayana AA, Santoso P, Haryanto, et al. Metode Penelitian. *Lab Penelit dan Pengemb FARMAKA Trop Fak Farm Univ Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur.* 2021;1(1):105–112.
- Sholihatn NF. Oleh: Nur Fatwa Sholihatn NIM: 204105020155.; 2024. Hidayat T. Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi WaralabaSabana Fried Chicken di Bandar Lampung). (*Skripsi Progr Strat 1 Ekon Syarriah Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung.* Published online 2020.
- Handayani. Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto dan Rosad (2015.* 2020;5(3):248–253.
- Hatapayo AA, Santoso G. Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT) Keadilan dalam Etika Bisnis Sebagai Pertimbangan Bisnis , Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT). 2023;02(03):250–256.
- Arioputra FM, Jakarta UM, Bisnis E. Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi atas Nilai Kejujuran, Amanah, dan Ihsan. :96–105.