



Pelanggaran Etika Normatif Sebagai Dampak Dari Penyimpangan Hak Asasi Pekerja Buruh (Analisis Terhadap Kasus Pt. Alpen Food Industri)

Addina Lizaniya Desyaufa, Alissa Kaila Susantoputri, Maliyha Rizqi Amelia

Universitas Indonesia

Abstract

Received: 08 Juli 2024

Revised: 12 Juli 2024

Accepted: 20 Juli 2024

Penelitian ini mengkaji kasus pelanggaran etika normatif yang terjadi di PT. Alpen Food Industry (AICE), sebuah perusahaan yang memproduksi es krim di Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tindakan penyimpangan konsep dasar etika normatif oleh perusahaan dan dampaknya terhadap hak asasi pekerja buruh. Dengan menggunakan kerangka teori etika normatif, etika bisnis, deontologi, dan teleologi, penelitian ini mengidentifikasi pelanggaran etika yang dilakukan oleh AICE dalam hal upah, kondisi kerja, kontrak kerja, hak cuti, perlindungan kesehatan, dan kontribusi terhadap eksploitasi pekerja. Respons masyarakat, terutama melalui media sosial dan aksi protes, juga menjadi fokus penelitian untuk memahami bagaimana pelanggaran etika tersebut mempengaruhi citra perusahaan dan masyarakat.

Keywords: Etika Normatif, Etika Bisnis, Deontologi, Teleologi, PT. Alpen Food Industry, Pelanggaran Etika, Pekerja Buruh, Respons Masyarakat.

(*) Corresponding Author: addinadesyaufa@gmail.com, alissakaila@gmail.com, maliyha.amelia@gmail.com

How to Cite: Desyaufa, A., Susantoputri, A., & Amelia, M. (2024). Pelanggaran Etika Normatif Sebagai Dampak Dari Penyimpangan Hak Asasi Pekerja Buruh (Analisis Terhadap Kasus Pt. Alpen Food Industri). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 87-95. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13346042>

PENDAHULUAN

Salah satu jenis makanan yang digemari masyarakat adalah makanan penutup. Es krim dianggap sebagai makanan . Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI) es krim merupakan sejenis makanan semi padat yang dibuat dengan cara pembekuan tepung es krim atau campuran susu, lemak hewani maupun nabati, gula, dan dengan atau tanpa bahan makanan lain yang diizinkan. Dengan letak geografis Indonesia serta iklim tropisnya, es krim dapat memberikan rasa kesegaran dan sensasi dingin. Selain itu, karena iklimnya yang tropis, pasar es krim di Indonesia sangat ideal. Akibatnya, penjualan es krim dalam kemasan di Indonesia sangat besar. Menurut data Euromonitor, penjualan telah mencapai US\$1,06 miliar, atau sekitar Rp15,86 triliun, pada tahun 2022, yang merupakan angka penjualan tertinggi dalam lima tahun terakhir.

PT. Alpen Food Industry (API) memproduksi banyak produk makanan yang beredar di pasar saat ini, salah satunya adalah produk es krim dengan merek AICE yang sering kita konsumsi. AICE adalah salah satu merek es krim yang dikenal dan diminati oleh masyarakat di Indonesia. AICE Indonesia adalah salah satu lini produk makanan dan minuman PT. Alpen Food Industry (AFI), yang didirikan pada tahun 2014 di Singapura. Menurut website resmi AICE, produksi dan pemasaran es krim AICE Indonesia dimulai pada tahun 2015 di Yogyakarta. Dengan *tagline* "Have an AICE day", target pemasaran es krim AICE adalah kelas menengah ke bawah, karena dengan harga es krim yang relatif lebih murah dari kompetitor-

kompetitornya (Rp2000 - Rp7000) sehingga dapat dinikmati oleh semua orang, baik anak-anak maupun orang dewasa. Oleh karena itu, konsumen akan sangat puas dengan produk ini dan berkontribusi besar pada keberlanjutannya.

Agar produk-produk es krim AICE dapat dijual dengan harga yang terjangkau, ternyata dibalik penjualan es krim AICE, terjadi pelanggaran etika bisnis terhadap para pekerja buruh. PT. Alpen Food Industry dikatakan telah memberi “bayaran murah” dan di bawah standar gaji kepada buruh yang bekerja di AICE. Selain pembayaran yang jauh dibawah standar, terdapat beberapa kejadian buruk lainnya, seperti kondisi kerja yang dianggap tidak memenuhi persyaratan undang-undang, ibu hamil tetap harus bekerja pada malam hari, lingkungan yang terkontaminasi, mutasi pekerja terhadap anggota serikat, dan pemecatan pekerja (Satria & Haryadi, 2017). Mereka menghadapi kesulitan untuk menerima hak-haknya, bahkan sampai melakukan demonstrasi untuk memperjuangkan hak-hak mereka sebagai pekerja buruh, yang menghasilkan kasus ini sangat menarik perhatian masyarakat Indonesia.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang sebelumnya, maka pokok permasalahan dalam penelitian

“Pelanggaran Etika Normatif Sebagai Dampak dari Penyimpangan Hak Asasi Pekerja Buruh (Analisis Terhadap Kasus PT. Alpen Food Industri)” sebagai berikut :

1. Mengapa tindakan PT. Alpen Food Industry menyimpang dari konsep dasar etika normatif?
2. Pelanggaran dalam aspek apa saja yang dilakukan PT. Alpen Food Industry jika didasarkan dengan etika normatif?
3. Bagaimana pandangan masyarakat terhadap PT. Alpen Food Industry setelah adanya kasus penyimpangan terhadap hak asasi buruh?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian kami adalah :

1. Untuk menganalisis dan mengklasifikasi tindakan penyimpangan konsep dasar etika normatif oleh PT. Alpen Food Industry.
2. Untuk menganalisis dan mengklasifikasi tindakan pelanggaran yang telah dilakukan oleh PT. Alpen Food Industry jika didasarkan dengan konsep etika normatif.
3. Untuk menganalisis pandangan masyarakat terhadap PT. Alpen Food Industry setelah adanya kasus penyimpangan terhadap hak asasi buruh.

KERANGKA TEORI

Etika Normatif

Etika normatif adalah jenis etika yang berfokus pada standar penilaian atas benar atau salahnya suatu tindakan. Teori tindakan yang benar dibangun melalui konsep tentang unsur pokok dan fundamental dari moralitas (Copp, 2017). Etika normatif ini juga biasa disebut dengan filsafat moral atau etika filsafat. Etika normatif sangat berfokus pada pertanyaan terkait dengan benar atau salahnya suatu tindakan berdasarkan pada norma yang telah ditetapkan. Dalam penerapannya, etika ini dapat memberikan suatu pedoman untuk bertindak dan berperilaku sesuai dengan prinsip moral yang telah ditetapkan. Etika ini dibagi menjadi dua teori yaitu teori-

teori nilai dan teori-teori keharusan. Teori nilai dalam hal ini mencakup hedonisme, sedangkan teori keharusan mencakup aliran egoisme. Kajian tentang etika normatif dapat dilihat melalui dua pendekatan yaitu *deontology* dan *teleology*. Deontologi berkaitan dengan menentukan moralitas dari suatu tindakan berdasarkan alasan atau motif yang mendorong terjadinya tindakan tersebut (Abadi, 2016). Sementara itu, teleologi berkaitan dengan menentukan moralitas berdasarkan konsekuensi dari dilakukannya suatu tindakan.

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan pendekatan untuk melakukan suatu kegiatan bisnis yang melibatkan seluruh aspek-aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, dan juga masyarakat (Keraf, 1998). Di dalam suatu perusahaan, etika ini dapat membentuk norma, nilai, serta perilaku baik pemimpin atau karyawan dalam rangka menjalin hubungan yang sehat dengan seluruh *stakeholder* perusahaan pemegang saham, mitra, maupun masyarakat. Moralitas bisnis sangat bergantung pada karakter dari tiap-tiap individu dalam bisnis itu sendiri. Bisnis yang baik tidak hanya ditentukan dari sejauh mana bisnis itu menguntungkan, tetapi juga yang menguntungkan dan baik secara moral (Hasoloan, 2018).. Apabila dilihat dari perspektif jangka panjang, bisnis yang tidak etis akan merugikan bisnis itu sendiri seiring dengan berjalannya waktu. Dalam dunia bisnis, perusahaan harus memperhatikan kewajiban moral bisnis. Salah satu caranya adalah dengan memperlakukan setiap *stakeholders* yang ada dengan baik, setara, dan tanpa diskriminasi. Selain itu, perusahaan juga dapat membantu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan membuka lapangan pekerjaan baru dan mendayagunakan sumber daya agar bisa lebih produktif .

Deontology

Deontologi merupakan sebuah istilah yang berasal dari bahasa Yunani yaitu “*deon*” yang berarti kewajiban, serta “*logos*” yang berarti ilmu ataupun teori. Deontologi merupakan bagian dari teori etika yang berfokus pada kewajiban serta hak moral yang dimiliki oleh individu dalam membuat suatu tindakan yang benar atau salah (Imam Alfie, 2022). Dalam teori ini, tindakan yang dianggap benar merupakan tindakan yang sesuai dengan moral yang ada (Surajiyo, 2023). Dalam konteks kehidupan, lingkup profesional, dan bisnis, keputusan etis harus dibuat melalui pertimbangan atas tugas dan kewajiban seseorang bersama dengan hak individu yang lainnya. Teori deontologi mencakup tiga prinsip yaitu sebagai berikut:

1. Contractarianism

Dalam konsep *contractarianism*, moralitas dilihat sebagai suatu bentuk kesepakatan yang membantu individu untuk memaksimalkan kepentingan dengan cara berlaku moral yang adil dan dapat diterima bersama. Setiap individu harus saling menghormati hak dan kewajibannya masing-masing.

2. Natural rights theory

Setiap individu memiliki hak-hak dasar yang melekat pada dirinya sebagai manusia. Hak ini tidak boleh dihilangkan atau dicabut dengan cara apapun. *Natural rights theory* menekankan bahwa tindakan etis merupakan tindakan yang melindungi hak-hak asasi manusia ini.

3. Categorical imperative.

Menurut perspektif ini, moralitas berakar dari kemampuan manusia untuk berpikir rasional berdasarkan pada *maxim* yang berlaku secara universal. Teori ini

menganggap bahwa tindakan etis merupakan tindakan yang diatur secara universal dan dapat diterapkan oleh semua orang secara konsisten.

Teleology

Teleologi merupakan sebuah pendekatan etika yang melihat moralitas sebagai sesuatu yang berkaitan dengan suatu tindakan atau hasil dari tindakan tersebut. Etika teleologi juga disebut dengan etika konsekuensialisme karena menilai baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan atau akibat dari tindakan tersebut (Yuliana, 2023). Teori ini juga menganggap bahwa kebaikan dari suatu perbuatan tidak hanya dilihat dari pandangan individu yang melakukannya saja, tetapi juga memiliki tujuan yang baik dan makna yang bermanfaat bagi orang lain ataupun masyarakat secara umum (Permadi et al., 2022). Pendekatan teleologi menghasilkan 3 teori etika yaitu:

1. Utilitarianism

Utilitarianism berasal dari kata utilitas, yang dapat diartikan menjadi berguna atau berfaedah. Teori ini menganggap bahwa tindakan yang benar merupakan suatu tindakan yang dapat memberikan manfaat sebanyak-banyaknya. Teori utilitarianism ini menekankan pada pentingnya dampak serta konsekuensi dari sebuah tindakan. Jika sebuah tindakan itu memberikan manfaat yang besar bagi banyak orang, maka tindakan itu adalah perbuatan baik (Puspita, 2023).

2. Egoism

Teori egoisme ini menekankan bahwa moral dan nilai-nilai yang baik adalah yang dapat memberikan keuntungan dan memaksimalkan kebaikan bagi diri sendiri (Permadi et al., 2022)(Imam Alfie, 2022). Sementara itu, nilai-nilai buruk dan tidak bermoral merupakan nilai-nilai yang dapat merugikan diri sendiri. Teori ini menganggap bahwa kepentingan serta kesejahteraan pribadi merupakan faktor penentu utama dalam menilai kebaikan dari suatu tindakan atau perbuatan,

3. Hedonism

Hedonisme merupakan teori etika yang dekat dengan egoisme. Teori ini menganggap bahwa perbuatan yang terbaik adalah perbuatan yang memberikan kebahagiaan serta kepuasan maksimal individu (Imam Alfie, 2022). Teori hedonisme ini berfokus pada kebahagiaan dan kesenangan individu (Weruin, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mencari pengertian yang mendalam suatu fakta ataupun realita yang ada (Semiawan, 2010). Fakta atau realita ini hanya bisa dipahami apabila peneliti memahaminya secara mendalam dan menyeluruh. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif ini adalah karena peneliti ingin mendeskripsikan fakta yang ada secara lebih mendalam, transparan, serta spesifik. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode observasi dimana peneliti menganalisis jurnal dan sumber literatur yang ada untuk mendapatkan informasi terkait dengan judul penelitian yang telah dipilih. Data-data yang digunakan oleh peneliti juga bersumber dari jurnal ilmiah dan studi literatur untuk mendukung analisis yang akan dihasilkan. Metode yang digunakan ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menunjukkan pada publik manfaat dari penelitian yang dilakukan (Cahyono et al., 2019). Metode analisis secara kualitatif ini digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian serta meninjau dari perspektif filsafat dan etika administrasi

terkait dengan pelanggaran etika normatif pada buruh di PT. Alpen Food Industry sehingga penelitian ini dapat lebih mudah dipahami dan diterima oleh pihak-pihak yang membutuhkan.

PEMBAHASAN

Kronologi Penyalahgunaan Tenaga Kerja

Awal terjadinya penyalahgunaan tenaga kerja di AICE adalah pada tahun 2017, terdapat beberapa kejanggalan yaitu berbagai kondisi kerja yang tidak memenuhi standar atau persyaratan undang-undang Indonesia. Kondisi kerja di pabrik mengeluarkan gas alkali yang menyebabkan bronkitis pada pekerja dan juga pekerja mengalami peradangan mata karena terkena cairan soda api. Perusahaan tetap tidak membantu mereka, dan perusahaan tidak pernah membayar biaya pengobatan mereka saat mereka dirawat. Selain lingkungan bekerja yang tidak sesuai, pekerja buruh juga mendapatkan pembayaran yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Mereka dijanjikan mendapatkan Rp 20.000 per jam saat lembur dari total 49 jam per minggu, tetapi sebenarnya mereka hanya menerima Rp 10.000 per jam (kompasiana, 2022). Akhirnya akibat banyaknya ketidakadilan dan pelanggaran hak pekerja, pada tahun 2020 ratusan pekerja buruh PT. Alpen Food Industry (AFI) melakukan “mogok kerja” karena perusahaan telah melanggar hak-hak pekerja.

Para pekerja yang tergabung dalam Serikat Gerakan Buruh Bumi Indonesia PT. Alpen Food Industry (SGBBI PT AFI) mengajukan 22 tuntutan mengenai peraturan bekerja hingga peraturan serikat pekerja di perusahaan es krim tersebut. F-SEDAR (Serikat Buruh Demokratik Kerakyatan) melaporkan bahwa sejak tahun 2019 dari 359 buruh perempuan yang bekerja di pabrik AICE, telah terjadi 14 kasus keguguran dan 6 kematian bayi baru lahir. SGBBI juga meminta perusahaan untuk tidak menghalangi karyawannya untuk mendapatkan layanan medis dari dokter dan klinik yang dimiliki oleh perusahaan. Selain permasalahan kondisi pekerjaan dan pelayanan medis, PT. Alpen Food Industry juga menghadapi permasalahan kontrak bekerja karena perusahaan telah melanggar kontrak, yaitu terdapat beberapa pekerja yang dikontrak dalam jumlah yang lebih banyak dan diperpanjang kontraknya secara langsung tanpa diberi jeda terlebih dahulu.

Permasalahan Etika yang Dihadapi AICE

Pelanggaran etika yang dilakukan oleh PT. Alpen Food Industry dapat terlihat dari bagaimana mereka melakukan praktik yang tidak sesuai dengan regulasi pemerintah terkait korporasi di Indonesia. Seluruh buruh yang bekerja di AICE merupakan buruh kontrak dimana mereka mendapatkan upah menurut kehadiran. Upah pokok mereka dapat dipotong karena perhitungan berdasarkan jumlah hari kerja dalam satu bulan. Apabila buruh tersebut tidak masuk kerja apapun alasannya termasuk sakit, upah mereka pun tetap akan dipotong. PT. Alpen Food Industry juga melanggar sistem kontrak dengan memperpanjang kontrak ketiga secara langsung tanpa jeda 30 hari. Seorang buruh seharusnya diangkat menjadi karyawan tetap dalam perusahaan karena ia telah dipekerjakan selama lebih dari 3 bulan berturut-turut.

PT. Alpen Food Industry juga tidak memberikan hak cuti bagi buruh wanita yang sedang mengalami haid. Hal ini jelas melanggar Undang-Undang dimana buruh perempuan diizinkan untuk tidak wajib bekerja saat hari pertama dan kedua

fase haid. Selain itu, alih-alih memberikan cuti hamil bagi buruh wanita, PT. Alpen Food Industry malah meminta buruh tersebut untuk mengundurkan diri. Dalam Undang-Undang, buruh perempuan diberikan hak untuk mendapat istirahat selama 1,5 bulan sebelum dan pasca melahirkan.

Pekerja berhak untuk mendapat perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja sesuai dengan yang tercantum dalam Undang-Undang. Akan tetapi, PT. Alpen Food Industry tidak dapat menjamin hak perlindungan bagi tenaga kerjanya serta tidak bertanggung jawab apabila terdapat kecelakaan kerja. Seorang pekerja memiliki hak alamiah untuk mendapatkan perlindungan dari resiko ataupun bahaya yang mungkin saja terjadi saat bekerja. Kondisi kerja yang kurang aman dapat meningkatkan resiko terjadinya kecelakaan kerja yang dapat membawa dampak dalam jangka panjang bagi pekerjaanya.

Tak hanya itu, sebanyak 60% dari jumlah total buruh tidak diikutsertakan dalam program BPJS Kesehatan dimana hal ini sudah tertulis di Undang-Undang bahwa pekerja dan keluarganya berhak untuk mendapatkan jaminan sosial tenaga kerja. Seorang pekerja berhak untuk mendapatkan perlindungan finansial terhadap resiko kesehatan. Mereka seharusnya bisa mengakses layanan kesehatan tanpa harus khawatir terkait dengan biaya yang harus mereka keluarkan

Buruh pekerja di PT. Alpen Food Industry dibayar dengan upah yang murah yang tidak sebanding dengan jumlah pekerjaan yang dibebankan. Para buruh bahkan diberikan tambahan pekerjaan sebagai kuli bangunan yang mencakup mengaduk semen, mengangkat material, bahkan sampai menjebol tembok. Hal ini jelas sangat melanggar etika bisnis dimana karyawan dieksploitasi dan hanya diberikan upah seadanya.

Perilaku PT. Alpen Food Industry yang tidak memberikan upah sebagaimana mestinya, mengurangi biaya produksi, dan tidak mensejahterakan pekerjaanya dapat diimplikasikan sebagai praktik etika hedonisme. Hal ini disebabkan karena perusahaan hanya ingin meningkatkan kebahagiaan serta kepuasan maksimal dari para *stakeholders* secara keseluruhan (Weruin, 2019). Perusahaan hanya berfokus pada keuntungan finansial dan kebahagiaan pribadi tanpa memperdulikan dampak sosial ataupun moral yang dapat terjadi bagi pekerjaanya.

Respons Masyarakat terhadap Pelanggaran Etika Bisnis AICE

Respons masyarakat terhadap pelanggaran etika bisnis yang dilakukan oleh AICE, merek es krim populer asal Singapura yang merajai pasar Indonesia, telah menciptakan gelombang reaksi yang signifikan. Es krim, sebagai produk yang sangat digemari oleh semua kalangan usia di Indonesia, menjadi pusat perhatian ketika ditemukan adanya pelanggaran hak pekerja oleh PT. Alpen Food Industry (AFI), perusahaan di balik merek AICE. Meskipun AICE mampu bersaing dalam pasar dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang diakui oleh masyarakat, namun pelanggaran etika yang terungkap telah mengguncang kepercayaan konsumen.

Media sosial menjadi alat utama di mana masyarakat menyuarakan ketidakpuasan mereka. Informasi seputar pelanggaran etika bisnis AICE tersebar cepat melalui platform-platform seperti Twitter (Kini X), Instagram, dan Facebook. Konsumen secara aktif mengekspresikan kekecewaan mereka terhadap PT. Alpen Food Industry dan AICE, menggunakan tagar (hashtag) khusus untuk menggalang dukungan dan menyatukan suara yaitu tagar #BoikotAICE terlebih pada platform

twitter yang sempat masuk menjadi first trending topic mengajak untuk tidak membeli dan menghentikan distribusi produk AICE. Berbagai unggahan foto, video, dan cerita dari pekerja yang terdampak menjadi bukti nyata yang memicu empati dan kecaman dari masyarakat.

Aksi protes dan demonstrasi juga menjadi bagian integral dari respons masyarakat terhadap pelanggaran etika bisnis AICE. Organisasi buruh, LSM, dan kelompok aktivis mengambil peran dalam menyuarakan hak-hak pekerja yang terabaikan. Aksi-aksi ini mencakup unjuk rasa di depan kantor PT. Alpen Food Industry, penggalangan dukungan online, dan penyelenggaraan diskusi publik untuk menyoroti dampak negatif yang ditimbulkan oleh tindakan perusahaan. Semua ini menciptakan tekanan publik yang signifikan dan membuat AICE terjebak dalam sorotan yang tidak menguntungkan.

Selain itu, respons masyarakat terhadap pelanggaran etika bisnis AICE juga melibatkan berbagai elemen di luar dunia maya. Selebriti dan influencer, yang memiliki jangkauan yang luas di media sosial, turut menyuarakan keprihatinan mereka terhadap isu ini. Mereka menggunakan platform mereka untuk mendesak perusahaan agar bertanggung jawab dan melakukan perubahan yang diperlukan. Dukungan dari tokoh-tokoh publik ini memberikan dimensi baru pada gerakan protes, meningkatkan visibilitas isu ini di mata masyarakat luas.

Dampak terhadap citra AICE juga tidak dapat diabaikan. Masyarakat menjadi lebih kritis terhadap merek ini, dengan banyak konsumen yang mulai mempertanyakan integritas perusahaan dan kebijakan produksi mereka. Beberapa konsumen bahkan menyatakan niat mereka untuk beralih ke merek es krim lain yang dianggap lebih bertanggung jawab secara etika. Hal ini menciptakan tantangan besar bagi AICE dalam mempertahankan pangsa pasarnya dan membangun kembali kepercayaan konsumen.

Selain itu, respons masyarakat juga menciptakan sebuah panggilan untuk perbaikan etika bisnis dalam industri es krim secara keseluruhan. Isu yang terungkap oleh AICE menyoroti masalah yang mungkin ada di banyak perusahaan dalam industri ini. Dengan menjadi sorotan publik, pelanggaran etika bisnis AICE secara tidak langsung memaksa perusahaan-perusahaan sejenis untuk melakukan evaluasi internal dan memastikan bahwa praktik bisnis mereka sesuai dengan standar etika yang berlaku.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa PT. Alpen Food Industry (API) sebagai produsen AICE menghadapi serangkaian pelanggaran etika bisnis terhadap pekerja buruhnya. Kasus ini mencakup pembayaran upah di bawah standar, kondisi kerja yang tidak sesuai undang-undang, dan pelanggaran hak asasi pekerja lainnya. Dampaknya terasa dalam gangguan citra AICE, dengan respons masyarakat yang mengecam melalui media sosial dan aksi protes. Kesadaran akan pentingnya etika bisnis dan tuntutan akan praktik bisnis yang adil semakin meningkat, dan kasus ini mendorong perusahaan-perusahaan lain untuk memperhatikan kesejahteraan pekerja serta dampak sosial dari kegiatan bisnis mereka.

Pentingnya implementasi etika normatif dan etika bisnis menjadi krusial dalam menjaga hubungan baik antara perusahaan, pekerja, dan masyarakat. Perusahaan

harus memastikan praktik bisnis mereka sejalan dengan norma-norma moral dan hukum yang berlaku, memberikan perlindungan terhadap hak asasi pekerja, dan berkontribusi positif terhadap masyarakat di sekitarnya. Kesimpulan ini menegaskan bahwa pelanggaran etika bisnis dapat memiliki dampak serius terhadap citra perusahaan dan mendorong perubahan dalam dinamika industri secara lebih luas.

REKOMENDASI

Dalam menghadapi respons masyarakat yang begitu besar terhadap pelanggaran etika bisnis, aspek etika merupakan salah satu komponen yang penting dari proses berjalannya bisnis secara menyeluruh, baik internal maupun eksternal perusahaan. PT. Alpen Food Industry dan AICE diharapkan untuk merespons dengan serius. Langkah-langkah perbaikan yang transparan dan dapat diukur harus diambil untuk memperbaiki citra perusahaan dan mengembalikan kepercayaan konsumen. Seiring berjalannya waktu, bagaimana AICE menanggapi kritik dan melakukan perubahan akan menjadi cerminan bagi bagaimana perusahaan dapat belajar dan tumbuh dari kesalahan mereka, serta untuk membangun fondasi yang lebih kuat dalam menjalankan bisnis secara etis dan sesuai dengan undang-undang di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Mukti, Citra Lutfia. "STUDI KASUS PELANGGARAN ETIKA KETENAGAKERJAAN OLEH PT. ALPEN INDUSTRY (AICE ICE CREAM) TERHADAP BURUH." *Jurnal Dunia Bisnis* 3.1 (2023).

Sunardi, Sunardi. "Strategi Pemasaran Produk Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Ice Cream Aice." *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 3.03 (2023): 919-928.

Sari, Ratih Frayunita. "Seluk-Beluk Corporate Ethics pada PT. Alpen Food Industry: Eksploitasi Pekerja Dibalik Kenikmatan Es Krim Aice." *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan* 23.2 (2019): 518201.

Azizah, Naili, Annis Muannisa, and Nurokhmah Nurokhmah. "ETIKA KEPEDULIAN FEMINISME DALAM PERLINDUNGAN PEKERJA WANITA (STUDI KASUS PADA PROSES KERJA PT ALPEN FOOD INDUSTRY: PRODUSEN ES KRIM AICE)." *JURNAL KEADILAN HUKUM* 4.2 (2023): 40-45.

Wijaya, Iman. "PENGARUH CITRA MEREK, PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM MEREK AICE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG." Undergraduate Thesis, UIN RADEN FATAH PALEMBANG, (2022): 55–82.

Novita, Dian, and Nurul Husna. "The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services." *TECHNOBIZ: International Journal of Business* 3.2 (2020): 40-42.

Santoso, Radityo Kusumo, et al. "Comparison of Social Media Marketing of Ice Cream Brands in Indonesia." *Proceedings*. Vol. 83. No. 1. MDPI, 2023.

Surajiyo, Surajiyo. "TEORI-TEORI ETIKA DAN PRINSIP ETIKA BISNIS." SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi). Vol. 6. 2023.

Rasyid, Hendy Juni Ar, et al. "Menjelajahi Etika: Tinjauan Literatur Terbaru tentang Prinsip-prinsip Etika, Konflik Moral, dan Tantangan dalam Kehidupan Kontemporer." CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis 3.2 (2023): 229-237.

Yuliana, P. U. T. R. I. "ANALISIS ASAL MULA TEORI ETIKA DAN TEORI PERKEMBANGAN DARI TAHUN KE TAHUN." Jurnal PUSDANSI 2.6 (2023).

Puspita, Indah. "ASAL MULA TEORI ETIKA DAN PERKEMBANGAN TEORI ETIKA." Jurnal PUSDANSI 3.2 (2023).

Permadi, Rafifah Adelia Putri, Sannidya Tara Acintya, and Yessica Silva Yulianti. "Aktivitas positif bisnis, apakah sudah mencerminkan etika bisnis yang baik atau malah sebaliknya?." Oetoesan-Hindia: Telaah Pemikiran Kebangsaan 4.2 (2022): 61-71.

Weruin, Urbanus Ura. "Teori-Teori Etika Dan Sumbangan Pemikiran Para Filsuf Bagi Etika Bisnis." Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis 3.2 (2019): 313-322.

Copp, David. "PENDAHULUAN: METAETIKA DAN ETIKA NORMATIF." Handbook Teori Etika Oxford (2017): 1.

Abadi, Totok Wahyu. "Aksiologi: antara etika, moral, dan estetika." KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi 4.2 (2016): 187-204.

Semiawan, Conny R. Metode penelitian kualitatif. Grasindo, 2010.

Cahyono, Eko Agus, Ns Sutomo, and Aris Hartono. "Literatur review; panduan penulisan dan penyusunan." Jurnal Keperawatan 12.2 (2019): 12-12.

Hasoloan, Aswand. "Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis." Warta Dharmawangsa 57 (2018).

Saragih, Hanna Bella Pesta, et al. "Analisis Manajemen Strategi: Perbandingan Manajemen Strategis Antara Pt Campina Ice Cream Industry Tbk Dan Pt Diamond Food Indonesia Tbk." Jurnal Pendidikan Tambusai 5.2 (2021): 3239-3248.

"Company Information." AICE, aice.co.id/company-information. Accessed 6 Dec. 2023.

Satria, Muhammad Najib Dwi, and Sigit Haryadi. "Effect of the content store size to the performance of named data networking: Case study on Palapa Ring topology." 2017 11th International Conference on Telecommunication Systems Services and Applications (TSSA). IEEE, 2017.

Kompasiana.com. "Pahitnya Eksploitasi Buruh Pabrik Aice Di Balik Manisnya Cita Rasa Es Krim Aice." KOMPASIANA, 17 Dec. 2022, www.kompasiana.com/fajar2209/639db2f208a8b56d35490a22/pahitnya-eksploitasi-buruh-pabrik-aice-dibalik-manisnya-cita-rasa-es-krim-aice.