

INTISARI

Kosmetik Somethinc Dalam Transformasi Budaya Standar Kecantikan Lokal Berdasarkan Etika Bisnis Deontologi Immanuel Kant

Penelitian ini menganalisis transformasi budaya standar kecantikan lokal melalui industri kecantikan khususnya merk kosmetik lokal Somethinc yang didasari oleh etika bisnis deontologi. Transformasi standar kecantikan lokal yang awalnya berkiblat dari standar kecantikan asing, perlahan dapat berubah menjadi standar kecantikan lokal sesuai dengan ciri khas masyarakat Indonesia dengan inisiasi dari kosmetik lokal Somethinc yang berlandaskan etika bisnis deontologi. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana kosmetik lokal Somethinc dapat mentransformasi budaya standar kecantikan yang memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis deontologi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis konseptual, yaitu mengidentifikasi dan menspesifikasi konsep secara mendalam. Dalam penelitian ini, konsep yang dimaksud adalah transformasi budaya standar kecantikan lokal oleh kosmetik lokal Somethinc dengan objek formal etika bisnis deontologi. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis bagaimana transformasi budaya standar kecantikan yang dibawa oleh kosmetik lokal Somethinc dengan kajian analitis dan interpretatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis deontologi sangat penting bagi industri kecantikan yang memiliki kesepakatan moral industri untuk menyadarkan perempuan bahwa mereka cantik apa adanya. Kosmetik lokal Somethinc juga memenuhi ketiga prinsip etika bisnis deontologi, yaitu menjalankan bisnis atas kewajiban moral dan bukan untuk tujuan lain, memperlakukan setiap orang dan *stakeholders* dalam bisnis secara setara, dan memiliki kewajiban untuk bertindak etis, tidak hanya berlaku bagi diri sendiri melainkan juga bagi orang lain, sehingga dapat tercipta transformasi budaya standar kecantikan lokal khas masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: etika bisnis deontologi, standar kecantikan lokal, Somethinc.

ABSTRACT

Somethinc Cosmetic In Cultural Transformation of Local Beauty Standards Based on Immanuel Kant's Deontological Business Ethics

This study analyzes the transformation of local beauty standard culture through the beauty industry, especially from local cosmetic brand Somethinc which is based on deontological business ethics. The transformation of local beauty standards which were initially based on foreign beauty standards, can slowly change into local beauty standards according to the characteristics of Indonesian society with the initiation of local cosmetics Somethinc which is based on deontological business ethics. This study aims to gain knowledge and understanding of how local cosmetics Somethinc can transform the culture of beauty standards that meet the principles of deontological business ethics.

This study is a qualitative study that uses a conceptual analysis method, namely identifying and specifying concepts in depth. In this study, the concept in question is the transformation of local beauty standard culture by local cosmetics Somethinc with the formal object of deontological business ethics. This study is intended to analyze how the transformation of the culture of beauty standards brought by local cosmetics Somethinc with analytical and interpretative studies.

The results of this study indicate that the application of deontological business ethics is very important for the beauty industry that has an industrial moral agreement to make women aware that they are beautiful as they are. Somethinc local cosmetics also fulfill the three principles of deontological business ethics, namely running a business based on moral obligations and not for other purposes, treating everyone and stakeholders in the business equally, and having an obligation to act ethically, not only for oneself but also for others, so that a transformation of the culture of local beauty standards can be created.

Keywords: deontological business ethics, local beauty standards, Somethinc.