

INTISARI

Strategi Pemasaran Oriflame di Yogyakarta di tinjau dari Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Kegiatan bisnis pada masa kini khususnya di Indonesia banyak yang keluar dari keharusan etis. Fenomena ini muncul didasari atas beragam faktor, dua diantaranya target penjualan begitu tinggi yang diterapkan oleh perusahaan sampai tujuan memperoleh keuntungan yang besar, sehingga membuat para pelaku bisnis rela mengesampingkan sisi kemanusiaannya. Hasilnya kegiatan bisnis yang demikian merugikan banyak pihak dan merendahkan martabatnya sebagai manusia bagi para pelakunya, serta keluar dari makna kata bisnis itu sendiri. Peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti permasalahan strategi pemasaran oriflame di Yogyakarta sehubungan dengan dampak pada pelaku bisnis dalam memperoleh keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran oriflame di Yogyakarta dengan menggunakan sudut pandang prinsip-prinsip etika bisnis.

Penelitian ini menggunakan model penelitian gabungan antara kualitatif dan observasi partisipan, penelitian ini mengenai suatu persoalan yang aktual dan peneliti merupakan praktisi didalam perusahaan oriflame. Penelitian ini dalam mendapatkan hasil untuk memahami Prinsip-prinsip etika bisnis dalam permasalahan strategi pemasaran oriflame di Yogyakarta, sehingga melihat dampak tersebut terhadap pelaku bisnis dalam memperoleh keuntungan yang didapatnya.

Hasil penelitian ini adalah (1) Pengetahuan Prinsip-prinsip Etika bisnis yang dikaji secara umum. Secara umum ada lima prinsip diantaranya adalah prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip saling menguntungkan, prinsip keadilan, dan prinsip integritas moral (2) Pemahaman strategi pemasaran oriflame yang berada di kota Yogyakarta. Strategi pemasaran oriflame di Yogyakarta menggunakan model penjualan langsung. Penjualan langsung sangat berperan pada kemajuan bisnis oriflame di Yogyakarta. (3) Memperoleh penjelasan mengenai Strategi pemasaran oriflame di Yogyakarta dalam kajian Prinsip-prinsip etika bisnis. Prinsip etika bisnis sudah terpenuhi pada strategi pemasaran oriflame di Yogyakarta.

Kata kunci : *Pelaku bisnis, Strategi pemasaran, Oriflame*

ABSTRACT

Oriflame Marketing Strategy in Yogyakarta Reviewed by the Principles of Business Ethics

Business activities nowadays, especially in Indonesia many out of the ethical necessity. This phenomenon arises based on various factors, two of which are so high sales targets imposed by the company until the goal of gaining huge profits, thus making businessman are willing to put aside their humanity. The result of such a business activity will harm others and degrade her or his dignity as a human being, as well as out of the meaning of the word business itself. The researcher is interested in researching the problem of oriflame marketing strategies in Yogyakarta in terms of the impact on business players in making a profit. This study aims to examine Oriflame marketing strategy in Yogyakarta by using the point of view of business ethics principles.

This study used a combined research model between qualitative and participant observation. This study is about an actual problem and the researcher is a practitioner within the oriflame company. This research is in getting results to understand the principles of business ethics in the problem of oriflame marketing strategy in Yogyakarta, so see the impact on businessman in obtaining the profits.

The results of this study are (1) Knowledge of Business Ethics Principles studied in general. In general there are five principles including the principles of autonomy, the principle of honesty, the principle of mutual benefit, the principle of justice, and the principle of moral integrity (2) Understanding of marketing strategy oriflame located in the city of Yogyakarta. Oriflame marketing strategy in Yogyakarta using direct selling model. Direct sales are instrumental in the progress of the oriflame business in Yogyakarta. (3) Obtain an explanation of oriflame marketing strategy in Yogyakarta in the study of business ethics principles. Principles of business ethics have been met in the marketing strategy of oriflame in Yogyakarta.

Keywords: *businessman, marketing strategy, oriflame*