

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP ETIKA BISNIS  
PADA MIE GACOAN PEKALONGAN**

<sup>1</sup>Ganeshakti Chandra Gautama, <sup>2</sup>Wenti Ayu Sunarjo

<sup>1</sup>Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pekalongan

<sup>2</sup>Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pekalongan

[wentiayu@unikal.ac.id](mailto:wentiayu@unikal.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap Etika Bisnis pada Mie Gacoan di Kota Pekalongan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi kepustakaan. Analisis dilakukan dengan mengaitkan studi literatur terhadap Mie Gacoan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap etika bisnis pada perusahaan tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah analisis yang telah dilakukan di mie gacoan sendiri dapat disimpulkan bahwa harga yang relatif terjangkau tidak menurunkan performa etika bisnis pada Mie Gacoan. Kualitas pelayanan yang dilakukan Mie Gacoan terpantau baik, hal tersebut mengindikasikan bahwa telah tercipta etika bisnis yang baik dimata masyarakat umum sebab kualitas pelayanan yang selalu prima

**Kata kunci :** Etika Bisnis, Kualitas Pelayanan, Mie Gacoan Pekalongan

**ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the effect of service quality on business ethics at Gacoan Noodles in Pekalongan City. This study uses qualitative research methods with data collection techniques through interviews and literature studies. The analysis was carried out by linking the literature study on Mie Gacoan regarding the effect of service quality on business ethics at the company. The results of this study are the analysis that has been carried out on Mie Gacoan itself. It can be concluded that relatively affordable prices do not reduce the performance of business ethics on Mie Gacoan. The quality of service performed by Mie Gacoan is well monitored, this indicates that good business ethics have been created in the eyes of the general public because the quality of service is always excellent*

**Keywords :** Business Ethics, Service Quality, Mie Gacoan Pekalongan

**PENDAHULUAN**

Bisnis kuliner yang ada di Indonesia telah bertumbuh dengan pesat. Hal tersebut dibuktikan dengan informasi bahwa kinerja industri makanan dan minuman (food and beverage) sampai kuartal 3 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 2,97% (*Pusat Data Industri Indonesia, 2021*). Di samping itu, ada pula bisnis yang bermunculan baik rumah makan kecil ataupun besar yang tentu berdampak bagi pesaing antar makanan yang lebih senior. Kondisi tersebut menjadikan persaingan antar pebisnis di bidang kuliner semakin ketat. Persaingan yang ketat antar pelaku usaha berimplikasi pada diperlukannya bermacam strategi serta inovasi untuk menghasilkan ide yang menarik supaya mampu menghasilkan produk yang berbeda dengan pesaing.

Dalam menjalankan usaha, penerapan etika bisnis menjadi faktor yang berperan penting untuk mempertahankan kelangsungan usaha di berbagai sektor, tak terkecuali sektor industri. Sayangnya, masih banyak pelanggaran yang dilakukan oleh berbagai oknum maupun pelaku bisnis di sektor industri yang membuat stabilitas pada kelangsungan usaha tersebut terganggu. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan

seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting. Suatu perusahaan akan berhasil bukan hanya berlandaskan moral dan manajemen yang baik saja, tetapi juga harus memiliki etika bisnis yang baik. Perusahaan harus dapat mempertahankan mutu serta dapat memenuhi permintaan pasar yang sesuai dengan apa yang dianggap baik dan diterima masyarakat. Harusnya diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang, karena mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun dengan eksternal, mampu meningkatkan motivasi pekerja, melindungi prinsip kebebasan berniaga, mampu meningkatkan keunggulan bersaing (Butarbutar, 2019).

Perusahaan yang bersaing ketat pada saat ini adalah perusahaan yang berjenis restoran cepat saji. Makanan cepat saji yang sekarang ini disukai dan selalu dikunjungi oleh banyak pelanggan salah satunya dari kalangan mahasiswa dan juga masyarakat umum yaitu Mie Gacoan. Mie Gacoan terkenal dengan cita rasa yang pedas, berbeda dengan jenis mie lainnya. Mie Gacoan menggunakan cabai halus sehingga mudah tercampur dengan mie. Cita rasa pedas dan gurih membuat para pelanggan melakukan keputusan pembelian terhadap Mie Gacoan. Mie Gacoan termasuk produk baru yang belum lama membuka cabang di Kota Pekalongan akan tetapi sudah mempunyai banyak pelanggan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi etika bisnis suatu usaha, yaitu kualitas layanan. Peneliti memilih variabel tersebut berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan terhadap pelanggan yang pernah membeli produk Mie Gacoan di Pekalongan.

### **KAJIAN PUSTAKA**

Menurut (Soegiyono, 2004) studi kepustakaan adalah kajian teoritis serta referensi lain yang memiliki kaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan merupakan hal penting dalam penelitian, hal ini didasari bahwa sebuah penelitian tidak dapat terlepas dari literatur-literatur ilmiah. Oleh karena itu, dalam penelitian ini studi kepustakaan berasal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur serta publikasi ilmiah yang dapat dijadikan sumber.

### **KUALITAS PELAYANAN**

Goetsch dan Davis dalam (Hardiyansyah, 2018) menerangkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu yang menyangkut pemenuhan kebutuhan ataupun harapan pelanggan, dimana dinyatakan berkualitas baik jika suatu jasa bisa memberikan jasa (services) dan produk yang cocok dengan yang diharapkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Sedangkan Lewis dan Booms dalam (Ariescy et al., 2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan sebagai dimensi kemampuan untuk mencapai tingkat pelayanan yang diberikan didasarkan pada harapan pelanggan serta keahlian perusahaan untuk memenuhi kemauan serta kebutuhan konsumen sebagaimana ekspektasi konsumen. Lebih lanjut, menurut Parasuraman, et al.(1988) dalam (*The Retailing Reader*) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup lima dimensi yaitu, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan

bukti fisik. Dimensi tersebut sejalan oleh Kotler dan Keller yang dialih bahasakan dengan Sabran (2012) dalam (Wijaya et al., 2021) sebagai berikut :

1. Berwujud, ialah keahlian untuk memperpresentasikan keberadaannya kepada pihak ketiga ataupun daya tarik fasilitas fisik, peralatan serta bahan yang perusahaan pergunakan, juga tampilan karyawan,
2. Empati, ialah membagikan atensi kepada pelanggan dengan berupaya menguasai kemauan pelanggan, paham akan apa yang pelanggan butuhkan, serta memberikan waktu kerja yang aman untuk konsumen,
3. Keandalan, ialah keahlian perusahaan untuk dalam membagikan layanan secara andal dan akurat sebagaimana yang dijanjikan,
4. Daya tanggap, ialah unsur keamanan guna menolong serta membagikan pelayanan yang tepat dan kilat pada konsumen, menggunakan komunikasi yang jelas,.
5. Jaminan, ialah keahlian, kesopansantunan, serta pengetahuan karyawan perusahaan untuk meningkatkan rasa yakin pada perusahaan.

### **ETIKA BISNIS**

Etika Bisnis. Etika (Yunani Kuno: "ethikos", berarti "timbul dari kebiasaan") menurut (Wahyu & Ostaria, 2006) adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu yang berkenaan tentang yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral. Menurut (Bekum, 2004) etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Dari hasil analisis (Bertens, 2004) disimpulkan bahwa etika memiliki tiga posisi, yaitu sebagai :

1. sistem nilai, yakni nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya
2. kode etik, yakni kumpulan asas atau nilai moral
3. filsafat moral, yakni ilmu tentang yang baik atau buruk.

Bisnis, Menurut (Griffin et al., 2008) bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. Menurut (Sukirno, 2010) bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan. semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian. Menurut (Jeff, 2001) bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan. Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena bisnis tersebut, mereka. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mencapai tujuan bersama.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yakni suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan

sebenarnya (Kriyantono, n.d.). Menurut (Lexy J., 2010) dengan menggunakan metode deskriptif berarti peneliti menganalisa data yang dikumpulkan dapat berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya,

Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti adalah dengan wawancara dan studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data dengan wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan pertanyaan lisan kepada subyek penelitian. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah wawancara semi terstruktur, yaitu menemukan permasalahan secara terbuka yang mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2013).

Studi kepustakaan merupakan kajian teoritis serta referensi lain yang memiliki kaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi social yang diteliti (Sugiyono, 2015). Penelitian ini didasarkan pada pendapat-pendapat ahli mengenai etika bisnis dan bagaimana perannya dalam perusahaan (Hasoloan, 2018). Selain itu, dalam studi kepustakaan, informasi didapatkan melalui jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur, dan publikasi.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

No	Responden	Jenis Kelamin	Kisaran Umur	Pendidikan	Umur Bisnis
1	R1	Laki-Laki	25-30 Tahun	SMA	3-5 Tahun
2	R2	Laki-Laki	40-45 Tahun	S1	20-25 Tahun
3	R3	Laki-Laki	35-40 Tahun	S1	10-15 Tahun
4	R4	Perempuan	30-35 Tahun	S1	10-15 Tahun
5	R5	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA	3-5 Tahun

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Etika Bisnis**

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan/nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon (Kasmir, 2008) Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan (Tjiptono & Gregorius, 2005).

Mie Gacoan telah melaksanakan pelayanan dengan dengan baik, karena telah memenuhi kriteria ciri-ciri pelayanan yang baik menurut (Kasmir, 2008) :

- Tersedianya karyawan yang baik. Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar.
- Tersedianya sarana dan prasarana yang baik. Selain sumber daya manusia yang berkualitas yang penting adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan harus membuat pelanggan nyaman atau betah.
- Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan

**PROSIDING**  
SEMINAR NASIONAL EKONOMI BISNIS (SENESES) 2023

- kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal hingga tuntas. d. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu normal.
- d. Mampu berkomunikasi. Mampu berkomunikasi artinya setiap karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan harus mampu memahami keinginan nasabah dengan cepat
  - e. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah.
  - f. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik. Karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.
  - g. Berusaha memahami kebutuhan nasabah Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamba akan membuat customer lari.
  - h. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah Sekali pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan maka akan menimbulkan kepercayaan dari nasabah.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Mie Gacoan yang baik akan berpengaruh baik pula terhadap etika bisnis usaha. Karena etika bisnis adalah nilai, moral, dan tingkah laku yang baik (Simorangkir, 2003). Dengan memberikan pelayanan yang baik secara tidak langsung akan membuat etika bisnis suatu perusahaan terlihat baik dimata customer dan masyarakat.

**SIMPULAN**

Di dalam persaingan dunia usaha yang sangat ketat ini, etika bisnis merupakan sebuah harga mati, yang tidak dapat ditawar lagi. Dalam zaman keterbukaan dan luasnya informasi saat ini, baik- buruknya sebuah dunia usaha dapat tersebar dengan cepat dan luas. Memposisikan karyawan, konsumen, pemasok, pemodal dan masyarakat umum secara etis dan jujur adalah satu-satunya cara supaya dapat bertahan di dalam dunia bisnis saat ini. Ketatnya persaingan bisnis menyebabkan beberapa pelaku bisnisnya kurang memperhatikan etika dalam bisnis.

Etika bisnis mempengaruhi tingkat kepercayaan atau trust dari masing-masing elemen dalam lingkaran bisnis. Pemasok (supplier), perusahaan, dan konsumen, adalah elemen yang saling mempengaruhi. Masing-masing elemen tersebut harus menjaga etika, sehingga kepercayaan yang menjadi prinsip kerja dapat terjaga dengan baik. Pada analisis yang telah dilakukan di mie gacoan sendiri dapat disimpulkan bahwa harga yang relatif terjangkau tidak menurunkan performa etika bisnis pada Mie Gacoan. Kualitas pelayanan yang dilakukan Mie Gacoan terpantau baik, hal tersebut mengindikasikan bahwa telah tercipta etika bisnis yang baik dimata masyarakat umum sebab kualitas pelayanan yang selalu prima.

Etika berbisnis ini bisa dilakukan dalam segala aspek. Saling menjaga kepercayaan dalam kerjasama akan berpengaruh besar terhadap reputasi perusahaan tersebut, baik dalam lingkup mikro maupun makro. Tentunya ini tidak akan memberikan keuntungan segera, namun ini adalah wujud investasi jangka panjang bagi seluruh elemen dalam lingkaran bisnis. Oleh karena itu, etika dalam berbisnis sangatlah penting.

**SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti ingin memberikan beberapa masukan dan saran yang berguna bagi pemilik untuk dapat melakukan pengembangan untuk Mie Gacoan. Beberapa sarannya adalah sebagai berikut :

1. Memberikan lebih banyak kegiatan sosial perusahaan sehingga dapat menjadi penilaian bagi calon pebisnis lainnya mengenai penerapan etika bisnis terhadap lingkungan dan masyarakat.
2. Memberikan fasilitas yang lebih banyak lagi kepada karyawan agar terciptanya kenyamanan dan semangat dalam melakukan pekerjaan sehingga loyalitas karyawan terhadap perusahaan akan terwujud.
3. Mempertahankan aspek-aspek etika bisnis yang sudah ada dan bisa ditingkatkan lagi

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ariescy, R. R., Romaisyah, L., Puspitasari, D. S., Setyawan, A., & Wibowo, F. (2020). *EBGC 2019: Proceedings of the 2nd International Conference on Economics, Business, and Government Challenges*.
- Bekum, R. I. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Pustaka Belajar.
- Bertens, K. (2004). *Etika*. Gramedia.
- Butarbutar, B. (2019). *PERANAN ETIKA BISNIS DALAM BISNIS*. 1(September), 187–195. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Griffin, W. R., & Ebert, R. J. (2008). *Bisnis*. Erlangga.
- Hasoloan, A. (2018). *PERANAN ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN BISNIS*. *Bitkom Research*, 63(2), 1–3.
- Jeff, M. (2001). *Pengantar Bisnis*. Salemba Empat.
- Kasmir. (2008). *Etika Customer Service*.
- Kriyantono, R. 2007. (n.d.). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Lexy J., M. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. *Pusat Data Industri Indonesia*. (2021). <https://www.dataindustri.com/>
- Simorangkir. (2003). *Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*. PT Rineka Cipta.
- Soegiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan*.
- Sukirno, S. (2010). *Makroekonomi : Teori Pengantar*. PT. Raja Grasindo Perseda.
- The Retailing Reader*. (n.d.). Retrieved April 11, 2022, from [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=pGIPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA30&dq=%0AParasuraman,+A.,+V.A.+Zeithaml+dan+L.L.+Berry.+1988.+SERVQUAL:+A+Multiple%02Item+Scale+for+Measuring+Consumer+Perceptions+of+Service+Quality.+Journal+of+Retail%0Aing.+64\(1\):+12-](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=pGIPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA30&dq=%0AParasuraman,+A.,+V.A.+Zeithaml+dan+L.L.+Berry.+1988.+SERVQUAL:+A+Multiple%02Item+Scale+for+Measuring+Consumer+Perceptions+of+Service+Quality.+Journal+of+Retail%0Aing.+64(1):+12-)
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2005). *Service, quality & satisfaction*.
- Wahyu, Y. I., & Ostaria, S. (2006). *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*. Kharisma Publishing Group.
- Wijaya, O. S., Siregar, M. Y., & Amelia, W. R. (2021). Pengaruh Suasana Toko/Kedai dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Masakan Ayam Penyet Cabe Hijau. *Economics, Business and Management Science Journal*.