
ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Fatmadali Khoirunisa¹, Wenti Ayu Sunarjo²

^{1, 2, 3} *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan*
Email : fatmadalikhoirunisa7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan etika bisnis dalam bisnis yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Metode dalam penelitian ini menggunakan *Systematic Literature Review* (SLR). Penelitian ini mencakup analisis artikel yang telah terindeks dan artikel dari jurnal yang mempunyai nomor ISSN (*International Standard Serial Number*) secara elektronik, yang telah dipublikasikan melalui internet dengan kode E-ISSN. Etika dalam berbisnis adalah hal yang harus dijalankan dalam suatu perusahaan, etika hal yang sangat penting. Dalam pengelolaan suatu usaha, penerapan etika bisnis merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Kata kunci : Etika Bisnis, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of the application of business ethics in business that can affect the level of consumer satisfaction. The method in this study uses Systematic Literature Review (SLR). This research includes the analysis of indexed articles and articles from journals that have an ISSN (International Standard Serial Number) number electronically, which have been published via the internet with the E-ISSN code. Ethics in doing business is something that must be carried out in a company, ethics is a very important thing. In the management of a business, the application of business ethics is one of the factors that plays an important role in maintaining business sustainability.

Keywords : Business Ethics, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Saat ini dunia usaha semakin berkembang pesat sehingga memberikan tantangan kepada para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan memenangkan persaingan dalam dunia usaha itu sendiri. Perusahaan yang terus berkembang dan ingin memperoleh keunggulan kompetitif harus mampu menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang terjangkau dibandingkan pesaingnya, proses atau transaksi produksi dan distribusi yang lebih singkat, serta pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing yang lain (Nisa et al., 2023). Oleh karena itu, setiap bisnis harus membuat strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan; ini penting untuk bersaing dan

memastikan bisnis terus beroperasi dalam jangka waktu yang panjang (Atika Fitriani et al., 2024).

Dengan persaingan yang semakin sengit dan banyaknya pesaing, bisnis harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pengusaha harus berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih baik daripada pesaing. Kepuasan pelanggan tidak dapat dilepaskan dari penerapan etika bisnis dalam setiap menjalankan sebuah bisnis (Fauzan & Nuryana, 2014).

Etika dalam bisnis berfungsi untuk membantu perusahaan memahami permasalahan yang berkaitan dengan moralitas dan menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan praktik bisnis yang dihadapi. Etika bisnis erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Etika bisnis menjadi jembatan antara konsumen untuk menciptakan ikatan yang kuat dengan perusahaan (Nisa et al., 2023). Etika bisnis mendorong pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang, yang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan (Fauzan & Nuryana, 2014).

Dalam sebuah organisasi, individu atau kelompok dapat membuat keputusan secara mandiri, tetapi proses pengambilan keputusan akan dipengaruhi oleh budaya perusahaan. Keputusan untuk berperilaku etis adalah keputusan moral; karyawan harus memutuskan tindakan apa yang mereka anggap tepat. Hal ini dapat melibatkan penolakan rute yang paling menguntungkan dalam jangka pendek (Rachmarwi, 2019). Dalam pengelolaan suatu usaha, penerapan etika bisnis merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam menjaga kelangsungan usaha di berbagai sektor, termasuk perusahaan perdagangan. Etika bisnis diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi bisnis (Aviatri & Nilasari, 2021).

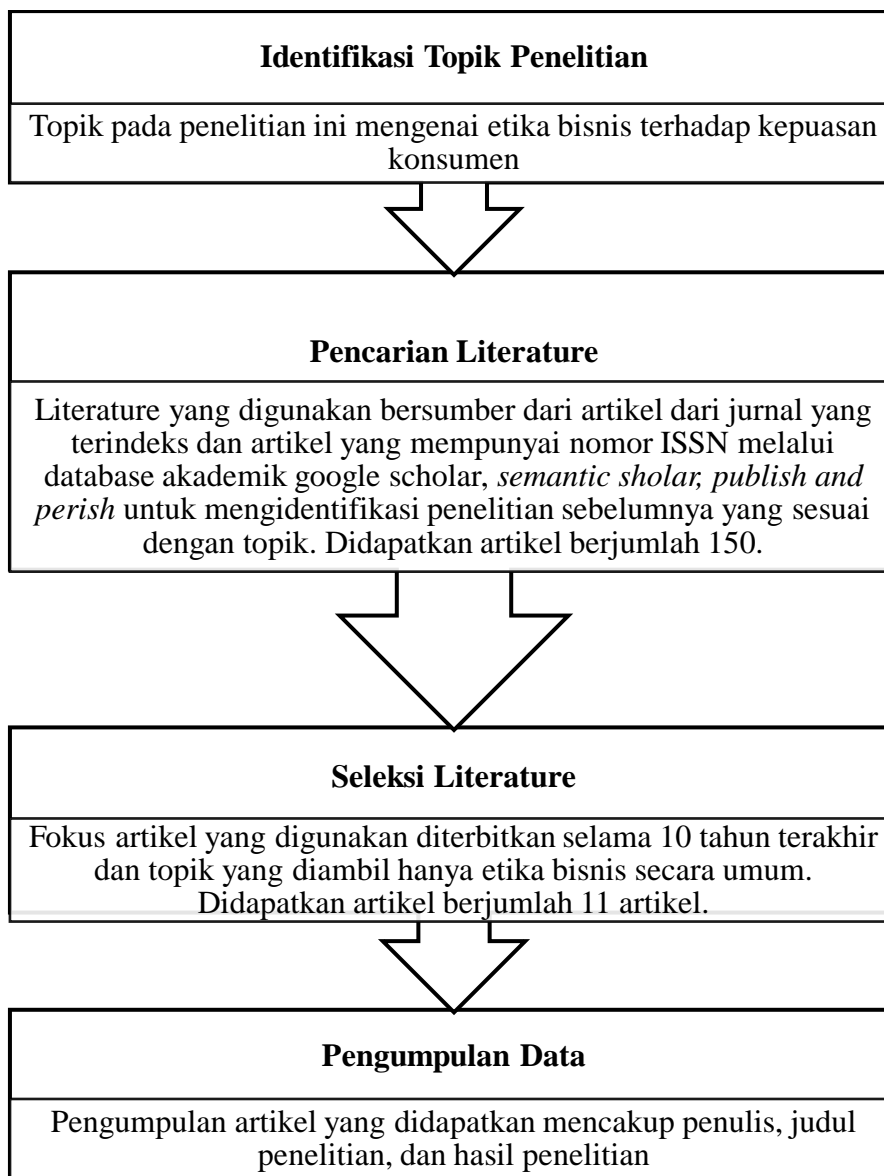
Kegiatan bisnis yang berlandaskan etika, perusahaan akan terhindar dari pelanggaran yang dilakukan oleh individu dan pelaku bisnis di dalam perusahaan yang dapat mengganggu kelangsungan usaha. Dengan demikian, kegiatan usaha dapat dijalankan tanpa merugikan pihak lainnya. Etika bisnis sangat penting dalam

mencegah terjadinya tindakan penipuan oleh pelaku ekonomi terhadap konsumen, khususnya dalam hal kualitas, kuantitas, dan pelayanan. Apabila produk tersebut tidak layak untuk dikonsumsi atau digunakan, pelaku ekonomi wajib menggantinya dengan produk yang lebih baru dan lebih aman. Pembeli akan lebih percaya kepada pelaku usaha yang terbuka mengenai produk yang dijualnya. Sangat bagus bagi pembeli dan pelaku ekonomi membentuk simbiosis yang saling menguntungkan. (Aviatri & Nilasari, 2021). Tujuan dalam penelitian ini menganalisis bagaimana penerapan etika bisnis dalam bisnis yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR). Penelitian ini mencakup analisis artikel yang telah terindeks, artikel dari jurnal yang mempunyai nomor ISSN (*International Standard Serial Number*) secara elektronik, yang telah dipublikasikan melalui internet dengan kode E-ISSN. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui pencarian di internet menggunakan google scholar. Seluruh referensi yang dikutip berasal dari artikel ilmiah dari sumber seperti google scholar, *semantic scholar*, dll.

Setiap jurnal dianalisis dengan menggunakan kata kunci etika bisnis, dan kepuasan konsumen kemudian jika menemukan artikel yang tidak sesuai dengan topik maka artikel di keluarkan. Artikel yang diambil selama 10 tahun terakhir dengan topik etika bisnis secara umum, tidak secara pandangan islam. Artikel yang berdasarkan kata kunci sebanyak 150 artikel. Berdasarkan topik didapatkan artikel sebanyak 11 artikel. Pengumpulan artikel mencakup penulis, judul dan hasil penelitian.



HASIL

Dalam penelitian ini, jurnal yang dijadikan referensi dalam membahas etika bisnis terhadap kepuasan konsumen, berikut ini tabel hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Aviatri & Nilasari (2021)	Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang	Penerapan etika bisnis yang efektif sangat penting untuk umur panjang dan kesuksesan perusahaan perdagangan, karena

No.	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			tidak hanya menumbuhkan lingkungan bisnis yang stabil tetapi juga berkontribusi positif bagi ekonomi yang lebih luas
2	Adelia Pratiwi & Kurniawan (2022)	Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Maspion	Persaingan di dunia komersial sangat ketat, dan etika adalah biaya tetap. Satu-satunya cara untuk mewujudkannya di dunia bisnis adalah dengan memperlakukan karyawan, pelanggan, pemasok, pemodal, dan masyarakat umum secara etis. Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis telah menyebabkan berkurangnya pentingnya etika di tempat kerja
3	Munawar (2023)	Peran Etika Bisnis dalam Digital Marketing: Literatur Review	Etika bisnis merupakan hal yang perlu diterapkan saat perusahaan beroperasi, serta berinteraksi dengan karyawan, pelanggan, mitra hingga masyarakat umum. Jadi, dalam mengerjakan tugas keseharian, karyawan dan manajemen perusahaan haruslah menjadikan etika bisnis sebagai pedoman serta standar untuk berperilaku.
4	Agustin & Bahiroh (2023)	Karen's Diner: The Ethical Of Business On Customer Satisfactions	Etika bisnis secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti yang ditunjukkan dalam studi Karen's Diner. Menjunjung tinggi etika perusahaan dan memberikan layanan berkualitas tinggi mengarah pada peningkatan kepuasan pelanggan, mendorong pembelian berulang dan menumbuhkan reputasi perusahaan yang positif.
5	Naveed & Murtaza (2023)	Role of Marketing Ethics for Clients' Satisfaction	Etika pemasaran secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen dengan memastikan representasi produk yang jujur, menghormati privasi, dan

No.	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			menghindari taktik manipulatif. Menggabungkan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan semakin meningkatkan kepercayaan dan transparansi, mendorong hubungan jangka panjang dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.
6	Atika Fitriani et al. (2024)	Kajian Literature: Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen	Etika bisnis memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan, seperti yang disorot dalam penelitian ini. Praktik etis dalam interaksi bisnis berkontribusi secara signifikan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya mengarah pada peningkatan kepuasan di antara pelanggan.
7	Rosiawan et al. (2020)	Consumer Satisfaction Based on Application of Business Ethics (Study on Coolpad Smartphone Consumers in Arosbaya District on Bangkalan City)	Etika bisnis, terutama kejujuran, keadilan, dan kepercayaan, secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen. Studi ini menemukan bahwa kejujuran memiliki dampak terbesar pada kepuasan di kalangan konsumen smartphone Coolpad di Distrik Arosbaya, mendorong loyalitas dan menyelaraskan harapan konsumen dengan manfaat produk aktual.
8	Denni et al. (2022)	Pengaruh Etika Bisnis Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Rolimex Medan	Etika bisnis dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Rolimex Medan. Untuk menjaga kepuasan konsumen, pihak perusahaan harus lebih meningkatkan penerapan etika bisnis dan kualitas pelayanan kepada semua konsumen.
9	Aini et al. (2022)	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe	Keadilan berpengaruh secara negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan, Kejujuran berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan,

No.	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Millenial di Kota Sampang	Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan millennial. Kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan dari variabel etika bisnis yang mempengaruhi kepuasan pelanggan millennial dari pelanggan 5 kafe yang ada di Kota Sampang
10	Sumaryati (2022)	Etika Bisnis sebagai Acuan Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi pada Bisnis Online)	Dalam bisnis online atau offline, etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjamin ikatan hubungan yang kuat dengan usaha bisnis. Untuk menjamin kelancaran bisnis yang memberikan kepuasan kepada konsumen seperti yang diinginkan dan disisi lain pihak penjual mendapatkan respon yang positif diperlukan etika bisnis untuk mendorong kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan bagi para pengguna atau pelaku bisnis untuk menjalankan good business dan tidak melakukan monkey business atau dirty business.
11	Setiawan et al. (2023)	Pentingnya Penerapan Etika Bisnis pada Perdagangan Secara Elektronik di Indonesia	Etika dalam berbisnis adalah hal yang harus dijalankan dalam perdagangan, penerapan etika bisnis seperti keramahan pelayanan toko dalam merespon tiap pelanggannya dan barang yang dikirim sesuai dengan gambar barang pada iklan E-Commerce sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam bertransaksi di E-Commerce. Hal ini menunjukkan bahwa didalam setiap transaksi pada E-Commerce sangat diperlukannya etika bisnis yang baik dalam diri pedagang

Pembahasan

Menerapkan praktik etika bisnis dapat membangun kepercayaan antara pelaku bisnis dan konsumen mereka. Ketika konsumen percaya bahwa suatu perusahaan kredibel, konsumen akan lebih cenderung memilih perusahaan tersebut daripada pesaingnya, memberikan keuntungan besar bagi perusahaan. Selain itu, menjalankan bisnis dengan prinsip etika diharapkan dapat mempertahankan citra dan reputasi perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas perusahaan secara keseluruhan (Suhendar & Yusuf, 2024).

Seiring dengan kemajuan dan kecanggihan teknologi yang membawa banyak nilai positif, etika perusahaan harus selalu diperhatikan dalam melakukan aktivitas jual beli offline maupun online melalui *e-commerce*. Hal ini harus mendapat perhatian khusus karena etika bisnis merupakan hal yang wajib diterapkan dalam bisnis. Kepuasan pelanggan bergantung pada ekspektasi pembeli dan kinerja produk, sedangkan faktor lain yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kesesuaian barang dan keramahan pelayanan toko. Ini menunjukkan bahwa etika bisnis yang baik sangat penting dalam setiap bertransaksi dan sangat diperlukan dalam diri seorang pengusaha (Setiawan et al., 2023).

Prinsip etika bisnis jika diterapkan dengan baik maka konsumen akan merasa puas. Keberhasilan bisnis apa pun, baik besar maupun kecil, sangat bergantung pada pelanggannya. “Pelanggan adalah raja” sebenarnya lebih dari sekedar slogan yang dirancang untuk menarik pembeli sebanyak-banyaknya. Pelanggan adalah arti artinya Produsen harus memperhatikan dan melayani pelanggan (Sumaryati, 2022).

Sebagaimana halnya dengan banyak topik etika bisnis lainnya, jelas bahwa kesuksesan bisnis bergantung pada etika dalam praktik bisnis. Konsumen harus diperlakukan dengan baik secara moral, yang merupakan tuntutan etis serta syarat mutlak untuk keberhasilan bisnis. Untuk kepentingan bisnis, perhatian terhadap etika dalam hubungan dengan konsumen harus dianggap sebagai keharusan (Sumaryati, 2022).

SIMPULAN

Etika bisnis merupakan serangkaian standar dan prinsip moral yang digunakan untuk dasar pengambilan keputusan suatu perusahaan. Dalam konteks ini, etika bisnis akan mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari berbagai tindakan dan keputusan yang hendak dilakukan. Etika bisnis sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan dan etika bisnis dalam suatu bisnis juga dapat menghasilkan nilai, norma, perilaku karyawan, dan pimpinan dalam menciptakan hubungan yang baik dan adil antara konsumen, teman kerja dan Masyarakat. Menerapkan praktik etika bisnis dapat membangun kepercayaan antara pelaku bisnis dan konsumen mereka. Praktik pemasaran yang tidak etis dapat merusak kepercayaan konsumen dan menyebabkan konsumen

tidak puas. Perusahaan yang mematuhi standar etika tidak hanya melindungi reputasi perusahaan saja melainkan dapat meningkatkan keberlanjutan jangka panjang perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Pihak perusahaan harus lebih meningkatkan penerapan etika bisnis dan kualitas pelayanan kepada semua konsumen.

SARAN

Penerapan praktik bisnis yang etis dan mempelajari lebih lanjut mengenai hubungan antara etika bisnis terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan dasar bagi inovasi strategis dan membangun hubungan yang berkelanjutan. Dengan cari ini, perusahaan dapat tetap relevan dan menjaga kredibilitasnya dalam menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis dimasa yang akan datang. Dalam penelitian masih ada keterbatasan dalam mengumpulkan data. Pengumpulan data hanya menggunakan penulis dan tahun, judul penelitian dan hasil penelitian saja, kemudian topik yang diambil hanya etika bisnis secara umum saja tidak secara pandangan islam. Metode penelitian yang di ambil masih ada yang menggunakan kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Pratiwi, A., & Kurniawan, T. (2022). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Maspion. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 89–94. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i2.152>
- Agustin, E. N., & Bahiroh, E. (2023). Karen's Diner : The Ethical Of Business On Customer Satisfactions. *Management Science Research Journal*, 2(1), 64–68. <https://doi.org/10.56548/msr.v2i1.46>
- Aini, L. N., Santoso, F., Khirdany, E. N., & Masfufah, S. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Millennial di Kota Sampang. *Journal Of Economics and Business*, 1(1), 1–13.
- Atika Fitriani, Hasibuan, S., Wijaya, M., & Agustiawan Agustiawan. (2024). Kajian Literature : Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2591>
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 194–205. <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>
- Denni, D., Robin, R., Irwadi, I., Hendy, H., & Victor, V. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Rolimex Medan. *Sebatik*, 26(1), 231–238. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i1.1839>
- Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap

-
- Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1), 38. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.774>
- Munawar, M. H. (2023). Peran etika bisnis dalam digital marketing : Literatur Review. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 1(3), 245–252. <https://doi.org/10.61292/eljbn.75>
- Naveed, S., & Murtaza, U. ur R. (2023). Role of Marketing Ethics for Clients' Satisfaction. *Journal of Social Sciences Review*, 3(2), 987–994. <https://doi.org/10.54183/jssr.v3i2.337>
- Nisa, R., Parakasi, H. I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam di Rumah Makan Ilo Peta Kota Bima. *ARZUSIN*, 3(5), 680–689. <https://doi.org/10.58578/arzusin.v3i5.1832>
- Rachmarwi, W. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Bebek H. Slamet Cabang Joglo, Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 30–38. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.268>
- Rosiawan, R. W., Assadam, E., & Fajri, M. B. (2020). Consumer Satisfaction Based on Application of Business Ethics (Study on Coolpad Smartphone Consumers in Arosbaya District on Bangkalan City). *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*, 1(2), 121–131.
- Setiawan, R., Setiadi, M. H., & Afrizaldi, A. (2023). Pentingnya Penerapan Etika Bisnis pada Perdagangan Secara Elektronik di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi & Manajemen*, 3(1), 117–128.
- Suhendar, U., & Yusuf, H. (2024). Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang dalam Perspektif Hukum Bisnis. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendika*, 1(5), 1324–1336.
- Sumaryati, S. A. (2022). Etika Bisnis sebagai Acuan Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi pada Bisnis Online). *JUMBA: Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 1(1), 55–69. <https://jurnal.updkediri.ac.id/index.php/jumba/article/view/2>