

Kajian Literatur: Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Meningkatnya Kepuasan Pelanggan dan Kualitas UMKM

Yumna Nurul Fikriyyah^{1*} Nabila Novindasari² Raihan Teguh Maulana³ Sheila Febriani Putri⁴
Universitas Negeri Malang

[*yumna.nurul.2104225@students.um.ac.id](mailto:yumna.nurul.2104225@students.um.ac.id)

Abstrak

Di era yang semakin maju ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan sesuatu yang sudah tidak asing lagi, tidak hanya di Indonesia hampir seluruh kalangan didunia melakukan kegiatan UMKM. Dalam menjalankan kegiatan usaha tentunya tidak lepas dari sebuah Etika, karena etika dapat membangun dan memperbaiki citra dari sebuah usaha. Tujuan penyusunan artikel ini adalah untuk mengetahui etika bisnis dapat berpengaruh pada meningkatnya kualitas UMKM. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review*, dimana data yang diperoleh disusun secara rapi, dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskripsi sehingga nantinya dapat membuat sebuah kesimpulan dari literatur. Penelitian ini merupakan hasil pemikiran dengan menggunakan penelitian kepustakaan, yang menarik data kepustakaan, teori, artikel, dan catatan dari internet sesuai dengan permasalahan yang terkait dengan penelitian ini. Penerapan etika bisnis ini dilakukan agar sebuah usaha dapat mewujudkan keberlanjutan usaha di masa yang akan mendatang. Manfaat dari penyusunan artikel ini adalah untuk mengetahui bahwa menerapkan etika didalam sebuah bisnis mampu meningkatkan kualitas UMKM serta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap usaha tersebut.

Kata Kunci: Etika Bisnis, UMKM, Kepuasan Pelanggan

Abstract

In this increasingly advanced era, Micro, Small and Medium Enterprises are something that is already familiar, not only in Indonesia, almost all people in the world carry out MSME activities. In carrying out business activities certainly cannot be separated from an ethics, because ethics can build and improve the image of a business. The purpose of compiling this article is to find out how business ethics can influence the quality improvement of MSMEs. In this study using the Systematic Literature Review method, where the data obtained is neatly arranged, analyzed using a description approach so that later can make a conclusion from the literature. This research is the result of thinking using library research, which draws bibliographical data, theories, articles, and notes from the internet in accordance with the problems related to this research. The application of business ethics is carried out so that a business can realize business continuity in the future. The benefit of compiling this article is to find out that applying ethics in a business can improve the quality of MSMEs and can increase customer satisfaction with the business.

Keywords: Business Ethics, UMKM, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh manusia untuk mendapatkan keuntungan disebut dengan bisnis (Qothrunnada, 2022). Dalam kegiatan bisnis tentunya akan selalu bersangkutan dengan persaingan antar bisnis, persaingan bisnis mengarah kepada usaha yang memiliki bidang dan pasar konsumen yang sama, tujuannya adalah untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan penghasilan serta mampu mendapatkan tempat dalam pasar. Persaingan dalam dunia bisnis harus dilakukan secara sehat, maksud dari persaingan sehat ini adalah kompetisi yang terjadi antara pengusaha atau pelaku UMKM dilakukan secara baik tanpa adanya kriminalitas dan kecurangan (Johan Budi, 2022). Menurut (Pratiwi, 2020) dalam persaingan usaha, para pelaku bisnis harus bersama-sama memiliki komitmen untuk mengimplementasikan konsep persaingan bisnis, hal ini

tidak lagi berarti bahwa persaingan hanya dapat dicapai dengan membunuh suatu usaha pesaing, namun memaknai bahwa persaingan merupakan cara untuk memberikan inovasi baru dan berbeda dengan kompetitor lain dan memiliki keutamaan tersendiri.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada saat mengalami pertumbuhan yang cukup pesat di berbagai sektor. Hal ini sesuai data yang dilansir Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah bahwa jumlah UKM di Indonesia telah melampaui 8,71 juta pada tahun 2022. Menurut (Laudia Tysara, 2021) Kebanyakan UMKM memiliki kendala dalam meningkatkan keterampilan bisnisnya, diantaranya : kurangnya kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan UMKM, dan kendala dalam modal. Namun, terdapat faktor lain yang menjadi kendala para pelaku UMKM yaitu banyaknya persaingan yang kurang sehat, sehingga menyebabkan lingkup usaha menjadi terbatas. Beralaskan latar belakang tersebut, Persaingan yang sehat seharusnya mampu mengedepankan etika bisnis dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif (Johan Budi, 2022). Etika dalam bisnis sangatlah diperlukan, dari Maka dari itu peneliti bertujuan untuk meneliti adanya pengaruh penerapan etika bisnis yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pada Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Misi utama sebuah bisnis adalah memastikan pelanggan merasa puas. Dengan memberikan jasa yang berkualitas tinggi dan konsisten, bisnis dapat membangun kepuasan pelanggan dan mendapatkan berbagai manfaat. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan mereka terhadap perbedaan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang mereka alami setelah menggunakan layanan. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, penting bagi perusahaan untuk memprioritaskan etika yang baik dalam segala aspek operasional mereka, karena etika bisnis berperan penting dalam kepuasan pelanggan. Menurut (Deni *dkk*, 2022) etika bisnis melibatkan cara perusahaan melakukan kegiatan bisnis secara adil dan sehat, mencakup nilai, norma, dan perilaku yang mempengaruhi hubungan dengan pelanggan. Dengan menerapkan etika bisnis yang kuat, perusahaan dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan menciptakan kepercayaan. Etika bisnis juga membantu perusahaan menjadi tangguh, kompetitif, dan mampu memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan. Dengan demikian, etika bisnis menjadi dasar yang penting dalam mencapai kepuasan pelanggan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Etika Bisnis

Etika sendiri berasal dari kata “ethos” yang berarti “adat” dalam bahasa Yunani. Etika selalu dikaitkan dengan kebiasaan hidup yang baik pada diri seseorang maupun pada masyarakat, sehingga dapat dikatakan bahwa etika merupakan suatu kode yang harus ditaati dan dipatuhi oleh setiap orang di dunia ini. Menurut (Muslich, 2004 : 9), etika bisnis artinya suatu pengetahuan tentang norma ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma serta moralitas dimana berlaku secara universal. Etika bisnis memiliki beberapa prinsip, menurut (Bertens, 2013) bisnis yang beretika memerlukan tiga sudut pandang seperti: Bisnis yang baik akan menghasilkan keuntungan tanpa merugikan orang lain; Bisnis yang baik dan beretika tidak akan melanggar peraturan hukum yang telah ditetapkan; Bisnis yang baik akan mengikuti standar moral yang telah ditetapkan.

Menurut (Murti Sumarni, 1995), Etika bisnis berkaitan dengan tantangan mengevaluasi tindakan dan perilaku bisnis, yang lebih mementingkan kebenaran dan kejujuran.. Maka dari itu, etika bisnis adalah ladang pengetahuan bagi para pengusaha terkait dengan tata cara bagaimana mengatur maupun mengelola bisnis yang selalu memperhatikan dan memprioritaskan normal dan moralitas melalui penciptaan sebuah barang maupun jasa demi memenuhi kebutuhan masyarakat.

Aktivitas bisnis dapat dilakukan oleh seorang individu sebagai bagian dari pekerjaan mereka, atau mungkin dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi (Basri, 2005). Seluruh masyarakat didunia ini memiliki keyakinan, niat yang besar, dan termotivasi untuk menciptakan bisnis yang dapat memberikan penghasilan bagi kelangsungan hidup mereka. Menurut Scholl, bisnis adalah kegiatan yang diatur dan dikelola untuk memberikan barang dan atau jasa kepada konsumen dengan tujuan keuntungan. Menurut R.W. Griffin, bisnis (perusahaan) adalah entitas yang memproduksi barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pada dasarnya, etika mempengaruhi pelaku bisnis, khususnya dalam hal kepribadian, tindakan, dan perilaku. Etika adalah keyakinan tentang tingkah laku manusia berdasarkan nilai baik dan buruk sejauh akal sehat (A. Kadir, 2010). Sederhananya, mempelajari etika dalam berbisnis melibatkan pembelajaran tentang apa yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan konsep moral dan etika bisnis dapat merujuk pada pemikiran atau pandangan moral dalam ekonomi dan bisnis.

Secara keseluruhan, etika memberikan panduan dan aturan yang jelas tentang perilaku yang baik dan benar dalam sebuah bisnis. Dengan etika maka dapat membantu mengidentifikasi tindakan yang baik dan buruk, serta membantu pelaku bisnis dalam membuat keputusan yang etis. Menerapkan etika dalam sebuah bisnis juga akan mempengaruhi hubungan dengan karyawan, karena jika pelaku bisnis mempraktekkan etika dalam lingkungan kerja atau bisnis cenderung dapat menciptakan atmosfer yang adil, terbuka, dan bermoral. Hal ini dapat membantu membangun hubungan yang kuat antara manajemen dan karyawan, serta dapat membantu meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan produktivitas para karyawan. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa etika memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk perilaku dan keputusan pelaku bisnis. Jika sebuah usaha berpegang pada etika yang memiliki nilai-nilai baik dan juga moralitas maka dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi para pelaku bisnis, baik dalam hal reputasi, kepercayaan, kepatuhan hukum, tanggung jawab sosial, maupun keunggulan dalam bersaing.

2. UMKM

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil Menengah yang digerakkan oleh individu, kelompok atau badan usaha. Dalam UU No. 20 Tahun 2008, mengatur dan menjelaskan mengenai pengertian UMKM dikelompokkan sesuai jenis usaha yaitu mikro, kecil, dan menengah. Pengelompokkan UMKM juga didasarkan dengan batasan pendapatan kotor tahunan, asset serta banyaknya pegawai (Subroto, 2022). Berdasarkan Pasal V Bab 6 UU No. 20 Tahun 2008 menyebutkan beberapa kriteria UMKM :

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan kegiatan usaha ekonomi yang memiliki aset sejumlah Rp. 50 Juta tidak terhitung dengan tanah dan bangunan, dengan laba yang dihasilkan dari usahanya sejumlah Rp. 300 juta. .

b. Usaha Kecil

Usaha Kecil merupakan kegiatan usaha ekonomi independen dengan aset mencapai Rp. 50 juta dengan maksimum aset sebesar Rp. 500 juta. Memiliki laba sejumlah Rp. 300 juta hingga 2,5 miliar.

c. Usaha Menengah

Usaha Menengah merupakan kegiatan usaha ekonomi yang memiliki aset sejumlah Rp. 500 juta sampai 10 miliar dan tidak terhitung dengan tanah serta bangunan. Memiliki laba sejumlah 2,5 miliar sampai 50 miliar.

Menurut (Bank Indonesia) tujuan UMKM adalah untuk memperbesar kesempatan dan memberikan pelayanan yang lebih luas kepada masyarakat. Pada saat ini UMKM

dipercaya sebagai faktor dan berperan penting dalam meningkatkan perekonomian negara, yang memungkinkan mereka menjadi pilar sistem keuangan dan stabilitas ekonomi Indonesia.

UMKM memiliki peran sangat penting dalam perekonomian di Indonesia karena menyumbang yang sebagian besar adalah lapangan pekerjaan, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan mempromosikan inklusi sosial. Menurut pandangan dari berbagai dunia, UMKM ini dianggap sebagai tulang punggung ekonomi sebuah negara, terutama di sektor informal dan di daerah pedesaan. UMKM ini juga berperan penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal, karena mendorong aktivitas ekonomi di tingkat lokal, menggerakkan pertumbuhan ekonomi mikro di daerah-daerah, serta dapat mengurangi ketergantungan pada sektor ekonomi yang besar. UMKM juga dapat meningkatkan daya beli masyarakat lokal, meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, serta dapat mengurangi kesenjangan ekonomi antara daerah perkotaan dan pedesaan. Potensi yang dimiliki oleh UMKM sebagai penggerak ekonomi cukuplah besar, maka dengan dukungan yang tepat dari pemerintah, lembaga keuangan, dan sektor lainnya, UMKM dapat menjadi pilar yang kuat dalam pembangunan ekonomi yang lebih baik khususnya di Indonesia.

3. Kepuasan Pelanggan

Menurut (Tjiptono, 2018), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang maupun perasaan kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan seseorang terhadap kinerja atau hasil produk yang telah disajikan oleh pelaku bisnis. Sedangkan menurut (Sintya *dkk*, 2018), kepuasan pelanggan ditunjukkan melalui evaluasi individu terhadap kinerja seseorang atau hasil produk dalam sebuah harapan. Ketika sebuah perusahaan mampu memenuhi harapan pelanggannya, pembeli merasa puas. Jika barang atau jasa berkualitas memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, kepuasan pelanggan akan dihasilkan (Abdullah dan Tantri, 2018). Sementara menurut (Wijayanti, 2017) kepuasan pelanggan dapat dilihat ketika seorang pelanggan membeli atau menggunakan suatu produk, kemudian pelanggan tersebut percaya dan merasakan bahwa harapan mereka telah terpenuhi atau terlampaui. Kemudian menurut (Tjiptono, 2018) adapun indikator dari kepuasan pelanggan dapat diukur melalui hal-hal berikut:

- a. Tingkat konsistensi antara kinerja produk dan pengalaman konsumen dikenal sebagai kesesuaian harapan.
- b. Konsumen yang menyatakan minat untuk mengembalikan kemungkinan akan melakukannya atau membelanjakan uang untuk barang serupa.
- c. Kesiediaan untuk menyarankan mengacu pada kesiapan pelanggan untuk memberitahu orang lain tentang produk yang telah mereka gunakan.

Dari definisi diatas maka dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika pelanggan membandingkan kinerja atau hasil produk yang mereka terima dengan harapan mereka. Ketika perusahaan berhasil memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan dengan menyajikan produk atau layanan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan dapat terlihat ketika pelanggan membeli atau menggunakan produk, dan mereka merasa bahwa harapan mereka telah terpenuhi atau bahkan terlampaui. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, penting bagi perusahaan untuk memprioritaskan etika yang baik dalam segala aspek operasional mereka. Karena etika yang baik dalam bisnis menciptakan lingkungan yang mendukung kepercayaan, kualitas, transparansi, tanggung jawab, dan responsivitas terhadap pelanggan. Dengan mengutamakan integritas, kejujuran,

transparansi, tanggung jawab sosial, dan komunikasi yang baik, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode pendekatan studi kepustakaan (*Systematic Literature Review*) atau penelitian dalam bentuk kepustakaan ini menggunakan prosedur pengumpulan data dengan cara mengevaluasi buku, literatur, teori, artikel, dan catatan di internet terkait dengan hal-hal yang terkait (Nazir, 1998). Data-data penelitian yang digunakan di dalamnya adalah data sekunder diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini juga menggunakan referensi dari database elektronik yaitu Google Scholar dan beberapa jurnal online yang lainnya. Pencarian jurnal menggunakan portal Google Scholar dilakukan dengan memasukkan 7 kata kunci yaitu “Pengaruh Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Kualitas UMKM”.

Meskipun menggunakan metode studi literatur, analisis ini dapat menghindari dari kebutuhan untuk langsung terjun ke lapangan dan bertemu secara langsung dengan responden. Hal ini juga diakibatkan adanya dampak dari Pandemi Covid-19, sehingga dengan penelitian ini dilakukan untuk meminimalisir peneliti langsung terjun ke lapangan penelitian. Studi ini mengikuti langkah-langkah dasar yang diambil untuk menyiapkan kerangka penelitian di perpustakaan sambil memanfaatkan sumber daya yang tersedia di sana untuk mengumpulkan data (Zed, 2014). Data yang terkumpul kemudian diperiksa dengan menggunakan metodologi deskriptif.

Publikasi Jurnal yang Signifikan

Tabel Publikasi Jurnal yang Signifikan

No.	Nama Jurnal	Tersedia Online
1.	Youth & Islamic Economic Journal	Vol 03 No 02 : Juli 2022
2.	Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis	ISSN 2580-6882 (Online)
3.	Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)	Vol 2 Nomor 3 : November 2022, E-ISSN : 2797-7161
4.	Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)	Vol. 2. No. 2 April 2022 Page 132-143 E-ISSN : 2774-4221
5.	ACCOUNTHINK : Journal of Accounting and Finance	Vol. 6 No. 02 : 2021
6.	MODERNISASI	Volume 10, Nomor 1, Februari 2014
7.	AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam	Volume 10 Issue 1 Januari 2022
8.	Eco-Entrepreneurship	Vol 6 No 1 Juni 2020
9.	Jurnal PETA	Vol. 8 No. 1 Januari 2023
10.	Journal Economic Insights	Volume 1 No. 2 June 2022, 163 - 176

Tabel Judul, Populasi dan Sampel, Hasil Penelitian

No.	Peneliti	Judul	Populasi & Sampel	Hasil
1.	Annisa Mutia Hasna	Etika Dalam Pertumbuhan Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)	Artikel diambil dari pustaka yang ada di lapangan	Sampai saat ini terdapat banyak pengusaha atau pelaku UMKM yang tidak mengikuti prinsip-prinsip etika dalam usahanya, hal ini menyebabkan adanya persaingan tidak sehat di antara pengusaha. etika bisnis memiliki peran yang penting dalam UMKM karena dengan adanya etika maka usaha dapat mencapai hasil yang baik bagi usahanya maupun masyarakat sekitar.
2.	Anggriany Gledyis Katiandagho, Sahrul Hi. Posi, Suharli Manoma	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Anggy Salon	36 pelanggan salon selama 2 bulan	Harga memiliki pengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan, apabila harga telah sesuai dengan bayangan pelanggan maka terjadi peningkatan kepuasan dari pelanggan. Pelayanan yang baik juga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, hal ini karena kualitas pelayanan merupakan bentuk keadaan baik dan buruknya jasa pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen. Etika bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, etika bisnis dianggap sebagai tindakan baik, buruk dan merupakan sebuah prinsip moral dalam suatu usaha.
3.	Dahmiri, Sylvia Kartika wulan	Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	100 orang pelanggan toko selama tahun 2019	Suasana tempat usaha, etika bisnis dan kualitas produk dianggap memiliki kaitan erat dan berhubungan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Dapat dikatakan bahwa suasana, etika bisnis dan kualitas produk yang dimiliki berpengaruh signifikan untuk meningkatkan kualitas bisnis.
4.	Noni Adetiansi Putri, Hayanuddin Safri, Zufri	Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi Gelas Batu Kota Pinang	Seluruh pengunjung warung dari pertengahan bulan desember 2021 sampai pertengahan bulan januari 2022	Cita rasa yang memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, apabila cita rasa yang diberikan baik maka tingkatan kepuasan pelanggan juga akan baik. Selain itu, kualitas pelayanan serta etika pelayanan juga menjadi faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, ketika suatu pelaku usaha dapat memberikan pelayanan yang baik, maka hal tersebut juga mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Lokasi usaha yang strategis menjadi faktor terakhir yang memiliki

				pengaruh signifikan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.
5.	Pratantia Aviatri, Ayunda Putri Nilasari	Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan usaha Perusahaan Dagang	2 alat penelitian yang didapatkan dari media sosial terkait usaha dagang	Untuk menjaga eksistensi pada perusahaan bidang dagang diperlukan adanya implementasi etika bisnis. Suatu bisnis dapat diperkirakan mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang apabila telah menerapkan etika bisnis di dalamnya. Etika bisnis dapat menjauhkan sebuah usaha dari adanya pelanggaran atau kesalahan yang dapat membebani usaha tersebut. Patuh pada prinsip etika saat ini menjadi acuan dalam bagi pengusaha untuk melebarkan usahanya.
6.	Fauzan, Ida Nuryana	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek Goreng H. Slamet di Kota Malang	Survey yang dilakukan kepada pelanggan bebek H. Slamet	Kepuasan pelanggan tidak lepas dari penerapan prinsip etika bisnis. Suatu bisnis diperkirakan tidak bisa bertahan lama apabila tidak didasarkan pada sebuah kejujuran. Jika kejujuran tidak dibina dalam suatu bisnis, dapat mengakibatkan sulitnya mendapat relasi serta menjalin kerja sama dengan pihak luar. Selain itu rasa kepercayaan harus dibangun kepada pelanggan, sehingga dengan adanya rasa percaya tersebut memunculkan rasa kepuasan dari pelanggan dan mampu menjaga agar pelanggan tidak beralih dari warung bebek H. Slamet.
7.	Nur Manna Silviah	Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM	Artikel yang relevan terkait pengaruh etika bisnis islam untuk peningkatan UMKM	Pemahaman pelaku usaha atau UMKM terhadap etika bisnis dalam dunia bisnis dapat tercermin melalui beberapa tanda, termasuk kejujuran dalam penimbangan dan penjualan barang, menjual produk yang halal dan berkualitas, serta tidak menyembunyikan cacat dalam produk terjual. Etika bisnis memegang kedudukan yang penting dalam kegiatan usaha yang efektif, yang dapat berjalan dengan baik jika menerapkan beberapa prinsip dalam operasionalnya. Salah satu langkah yang perlu dilakukan dalam menerapkan etika bisnis Islam adalah meningkatkan kesadaran yang baru terkait dengan bisnis. Penerapan etika bisnis Islam secara positif berdampak baik dalam meningkatkan UMKM.
8.	Mohammad Haidar Ali	Penerapan Etika Bisnis dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19	Responden yang bersedia untuk diwawancarai	Terdapat prinsip etika yang harus dipatuhi dalam etika berbisnis, diantaranya ialah pengambilan keputusan sebagai akar bentuk

		Bagi UMKM		<p>tanggung jawab dan moralitas, kunci lain dalam keberhasilan etika berbisnis adalah kejujuran, adanya keadilan dalam menyepadankan orang yang terlibat dalam bisnis, prinsip saling menguntungkan dan integritas moral. Dengan adanya prinsip-prinsip tersebut sebuah bisnis dapat dikatakan berjalan dengan baik. Selain patuh terhadap prinsip etika, terdapat hal lain yang menjadi kunci dalam keberhasilan bisnis, yaitu strategi bisnis. Strategi yang diimplementasikan disebut 5P (plan, ploy, pola, position, perspective). Strategi bisnis diterapkan untuk mewujudkan keberlangsungan perusahaan selama pandemi sedang berlangsung dan juga ketika pandemi berakhir untuk menjaga kekuatan tata kelola perusahaan.</p>
9.	Ellyn Citra Putrantri, Marlana	Pengaruh Prinsip Etika Bisnis Terhadap Peningkatan Perekonomian Pedagang Kaki Lima Di Wilayah Kota Blitar	48 pedagang kaki lima di wilayah Kota Blitar	<p>Dari analisis yang dilakukan oleh penulis konsep etika kejujuran memiliki dampak yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi pada pedagang kaki lima. Menurut penelitian ini, pertumbuhan perekonomian pedagang kaki lima tidak dipengaruhi secara signifikan oleh prinsip keadilan namun prinsip kebijaksanaan, kejujuran moral, dan keadilan semuanya berkontribusi besar terhadap perkembangan dan pertumbuhan ekonomi pedagang kaki lima. Pengaruh prinsip etika bisnis seperti kejujuran dan integritas moral di Kota Blitar mampu membuat meningkatnya perekonomian para pedagang kaki lima.</p>
10.	Neli Hajar	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan	Para pelanggan salah satu warung makan di Kabupaten Kendal	<p>Keluhan pelanggan yang ditangani secara tepat dan efektif dapat memberikan peningkatan terhadap rasa kepuasan dari konsumen, apabila konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang telah diberikan maka dapat dianggap bahwa perusahaan tidak mampu mempertahankan konsumen. Keadilan juga menjadi faktor yang dapat menciptakan kepuasan konsumen, namun pada penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang besar. Sedangkan faktor lain seperti kejujuran, memiliki berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen, namun tidak berdampak signifikan.</p>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika bisnis menjadi penting karena beragam alasan, termasuk memastikan bahwa bisnis mematuhi hukum dan tidak melakukan tindakan yang dianggap bentuk kelicikan terhadap karyawan, pelanggan dan orang-orang yang bersangkutan dalam bisnis tersebut. Dengan menerapkan etika bisnis, dipercaya dapat membangun kepercayaan antara pelaku usaha dengan pelanggan. Ketika pelanggan beranggapan bahwa suatu usaha sudah dapat dipercaya, maka terdapat banyak kemungkinan bahwa pelanggan akan memilih perusahaan tersebut daripada perusahaan lain yang menjadi pesaing, tentunya hal ini akan membawa banyak keuntungan bagi perusahaan. Selain itu, bisnis yang berjalan sesuai dengan etika diperkirakan mampu menjaga citra dan nama baik perusahaan yang tentunya dapat meningkatkan kualitas suatu usaha (Zakawali, 2023).

Kepuasan pelanggan tidak lepas dari diterapkannya prinsip-prinsip etika bisnis, prinsip tersebut meliputi elemen-elemen yang menjadi dasar dalam membangun suatu perusahaan. Melalui implementasi etika bisnis, dapat tercipta hubungan yang adil dan sehat. Menurut (Fauzan, 2014) prinsip etika bisnis ada tiga diantaranya yaitu Keadilan, Kejujuran, dan Kepercayaan. Hajar (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa salah satu faktor yang membentuk kepuasan pelanggan adalah memberikan keadilan baik kepada pelanggan maupun kepada karyawan. Menurut (Ali, 2020) dalam keberhasilan etika berbisnis adalah kejujuran, adanya keadilan dalam menyepadankan orang yang terlibat dalam bisnis, prinsip saling menguntungkan dan integritas moral. Ketika prinsip-prinsip etika bisnis telah diterapkan dengan baik, maka pelanggan akan merasa bahwa pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan memberikan kesan yang baik dan dapat memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan. Hasil dari penelitian (Gledyis, 2022) menyatakan bahwa etika bisnis memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan (Hajar, 2022) bahwa diberlakukannya etika bisnis dalam kegiatan bisnis memiliki dampak yang positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.

Menurut (Hasna, 2022) dalam penelitiannya disebutkan bahwa mematuhi dan menjalankan usaha sesuai dengan etika bisnis membuat pelanggan merasa nyaman dan memiliki rasa percaya pada perusahaan. Pelaku usaha yang mengikuti prinsip etika bisnis memiliki keutamaan daripada usaha yang tidak, perusahaan atau UMKM yang menerapkan etika bisnis akan terpandang dari segi budaya kerja perusahaan, manajemen, serta tanggung jawabnya. Silviyah (2022) berpendapat bahwa kesuksesan sebuah bisnis bukan hanya ditentukan oleh kepatuhan moral dan manajemen yang efektif, melainkan juga oleh adopsi prinsip etika bisnis untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang disediakan memenuhi standar yang diterima dan dihargai oleh masyarakat. Salah satu manfaat dari penerapan etika bisnis bagi pelaku usaha terutama UMKM adalah memperbaiki reputasi dan citra usaha yang dimiliki. Sebagai hasilnya, perusahaan yang mengedepankan etika bisnis cenderung memiliki reputasi yang semakin baik dan mendapatkan peningkatan dalam kualitasnya. Hal ini

memungkinkan para pelaku usaha atau UMKM untuk tumbuh dan mencapai kesuksesan sesuai dengan target yang ditetapkan (Santoso, 2021).

KESIMPULAN

Peneliti menyimpulkan dari hasil analisa terkait adanya pengaruh penerapan dalam rangka mengevaluasi dan menganalisis beberapa artikel telaah yang membahas tentang etika bisnis dan kepuasan pelanggan, dapat diambil beberapa kesimpulan. Pertama, prinsip-prinsip etika bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas dan keberhasilan usaha, terutama dalam lingkup UMKM. Implementasi etika bisnis dalam usaha dapat membantu menciptakan persaingan yang sehat antara pengusaha serta menghasilkan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Kedua, harga yang sesuai dengan harapan pelanggan dan pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Etika bisnis juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena dianggap sebagai tindakan yang baik dan moral dalam berbisnis. Ketiga, hubungan yang erat antara suasana tempat usaha, etika bisnis, dan kualitas produk memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Keempat, cita rasa yang baik, kualitas pelayanan yang tinggi, dan lokasi usaha yang strategis juga berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kelima, implementasi etika bisnis menjadi faktor kunci dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutan perusahaan, sambil menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pihak luar. Terakhir, kesadaran akan etika bisnis, seperti kejujuran dan integritas moral, serta penerapan prinsip-prinsip yang tepat dalam operasional bisnis, dapat membantu dalam meningkatkan sektor UMKM dan pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian, penting bagi para pelaku usaha untuk memperhatikan prinsip etika bisnis dan strategi bisnis yang tepat untuk mencapai keberhasilan jangka panjang dan menjaga kepuasan pelanggan.

SARAN

Berdasarkan analisis artikel telaah yang kami telaah tadi, berikut adalah beberapa saran yang dapat diterapkan oleh para pelaku usaha:

1. Selalu prioritaskan integritas dan kejujuran dalam setiap aspek bisnis. Tetap berpegang pada prinsip-prinsip moral yang baik dalam mengambil keputusan dan berinteraksi dengan pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat.
2. Berikan perhatian khusus pada pelayanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional. Dengarkan kebutuhan dan masukan pelanggan secara aktif, dan tanggap dengan cepat terhadap keluhan atau masalah yang mungkin timbul.
3. Pastikan harga produk atau layanan yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Jangan mengeksploitasi pelanggan dengan harga yang tidak adil. Transparansi dalam penetapan harga akan membangun kepercayaan pelanggan.
4. Terus berupaya menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan tak terlupakan. Misalnya, dengan menyediakan program loyalitas, peningkatan kualitas produk, atau pengembangan teknologi yang memudahkan pelanggan dalam berinteraksi dengan bisnis.
5. Ciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan memotivasi karyawan. Dukung mereka untuk bertindak dengan etika dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Karyawan yang bahagia dan terlibat cenderung memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.
6. Selain memperhatikan keuntungan jangka pendek, jaga fokus pada keberlanjutan bisnis jangka panjang. Pertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari keputusan bisnis. Lakukan praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

7. Bangun hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar dan berperan aktif dalam kegiatan sosial. Dukung inisiatif lokal dan berkontribusilah pada pembangunan komunitas. Ini akan memperkuat citra positif bisnis dan memperoleh dukungan pelanggan yang lebih luas.
8. Lakukan evaluasi rutin terhadap proses bisnis dan tingkat kepuasan pelanggan. Identifikasi area yang membutuhkan perbaikan dan lakukan langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun reputasi yang baik, dan mencapai keberhasilan jangka panjang dalam bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. H. (2020). Penerapan Etika Bisnis dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM . *Eco-Entrepreneurship*, Vol 6 No, 39.
- Anita, S. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Bank Indonesia. (n.d.). *fungsi utama stabilitas sistem keuangan pengembangan umkm*. Retrieved from bi.go.id: <https://www.bi.go.id/>
- Dahmiri, S. K. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Ellyn Citra Putrantri, M. (2023). Pengaruh Prinsip Etika Bisnis Terhadap Peningkatan Perekonomian Pedagang Kaki Lima Di Wilayah Kota Blitar. *Jurnal Peta*, 136-149.
- Fauzan, I. N. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek Goreng H. Slamet di Kota Malang. *MODERNISASI*.
- Gledyis, d. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Terhadap. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)*.
- Hajar, N. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Economic Insights*, 163-176.
- Hasna, A. M. (2022). Etika Dalam Pertumbuhan Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Youth & Islamic Economic Journal*, 34.
- Johan Budi. (2022, Agustus). *artikel sobat*. Retrieved from sobatpajak: <https://www.sobatpajak.com/>
- Laudia Tysara. (2021, Desember 29). *Apa Itu UMKM? Ini Kriteria, Jenis, Kelebihan, dan Kekurangannya*. Retrieved from liputan 6: <https://www.liputan6.com/>
- M. Danil, A. A. (2022). Analisa Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Micro Kecil Dan Menengah (UMKM) Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ruang Micro Dan Macarina Jember). *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance*.

- Noni Adetiansi Putri, H. S. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi Gelas Batu Kota Pinang. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 132-143.
- Pratantia Aviatri, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan usaha Perusahaan Dagang. *ACCOUNTHINK : Journal of Accounting and Finance*.
- Pratiwi, M. R. (2020). Implementasi Etika Bisnis Syariah dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Tangerang. *Islaminomics (Journal of Islamic Economics, Business and Finance)*, 99.
- Qothrunnada, K. (2022, April 25). *berita ekonomi bisnis*. Retrieved from detikfinance: <https://finance.detik.com/>
- Santoso, D. J. (2021, Desember 2021). *Artikel Details*. Retrieved from alumni.stekom: <https://alumni.stekom.ac.id/>
- Silviyah, N. M. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 096-112.
- SUBROTO, V. K. (2022). Retrieved from <https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/>
- Zakawali, G. (2023, Mei 12). *Sirclo : Bisnis & E-commerce*. Retrieved from Store.Sirclo: <https://store.sirclo.com/>