

LITERATUR REVIEW: ETIKA BISNIS DAN KEPUASAN KONSUMEN

Siri Mafo¹, M. Fares Zeda², Indina Azzahrah³, Zelly Lidia Asyusti⁴

Universitas Muhammadiyah Bengkulu^{1,2,3,4}

¹sirimaf17@gmail.com, ²fareszed6@gmail.com, ³indinaazzaahra@gmail.com

⁴zzellylidia22@gmail.com

Received: 23-12-2024

Revised: 10-01-2025

Approved: 25-01-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dan penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan adalah systematic literature review, yang dilakukan dengan mencari, menganalisis, dan menilai literatur terkait dalam rentang waktu 2016-2024. Proses pencarian jurnal dilakukan melalui basis data seperti Google Scholar, Connected Papers, dan Dimensions, dengan kata kunci "etika bisnis" dan "kepuasan konsumen." Kriteria seleksi meliputi publikasi jurnal ilmiah yang relevan, literatur tentang variabel etika bisnis dan kepuasan konsumen, serta artikel yang memberikan bukti empiris terkait topik penelitian. Hasil analisis terhadap 30 artikel yang terpilih menunjukkan bahwa etika bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial berkontribusi pada peningkatan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Etika bisnis terbukti meningkatkan reputasi perusahaan, memperbaiki kualitas layanan, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pelanggan. Simpulan, menggarisbawahi pentingnya penerapan etika bisnis sebagai landasan moral dalam kegiatan bisnis. Penerapan etika yang konsisten tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dan mendukung reputasi perusahaan. Dengan demikian, etika bisnis menjadi strategi kunci untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen dalam menghadapi persaingan global.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Pelanggan, Systematic Literature Review

Pendahuluan

Dunia bisnis tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Setiap bisnis bergantung pada kepuasan pelanggannya. Di era globalisasi saat ini, bisnis berkembang dengan cepat berkat pemanfaatan teknologi yang semakin canggih. Pedagang banyak menggunakan kemajuan teknologi ini untuk mempromosikan barang dan jasa mereka melalui situs belanja online. E-commerce adalah sekumpulan teknologi yang menggunakan berbagai alat untuk menghubungkan bisnis, komunitas, dan masyarakat melalui transaksi elektronik, yaitu pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara online (www.kominfo.go.id). rachmarwi (2019) menjelaskan bahwa setiap bisnis bergantung pada kepuasan pelanggannya, pelanggan selalu datang "pertama" dalam bisnis baru. Perusahaan akan tetap berada di posisi teratas di pasar jika mereka dapat memuaskan kebutuhan pelanggan sepenuhnya. Perusahaan bisnis sekarang tahu bahwa kepuasan pelanggan adalah bagian penting dari keberhasilan bisnis dan memainkan peran penting dalam meningkatkan nilai pasar. Pelanggan biasanya adalah orang-orang yang membeli barang dan jasa dari pasar atau bisnis yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Mereka membeli barang dan jasa untuk memenuhi harapan finansial, jadi bisnis harus menentukan harga mereka dengan kualitas produk yang menarik pelanggan dan mempertahankan hubungan jangka panjang. Untuk hal ini, perusahaan harus mengetahui apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Namun kebenarannya konsumen itu banyak yang merasa kecewa karena banyak hal yang membuat mereka merasa tidak puas atas keajaiban atau kualitas dari barang tersebut hal ini berpengaruh pada ketidakpercayaan konsumen pada suatu pelayanan

dari seorang pedagang. Maka dari itu diperlukan etika bisnis yang baik dalam diri pedagang. Etika merupakan kebiasaan perilaku manusia dalam melakukan kegiatan yang dapat memunculkan sifat baik atau buruk. Sedangkan bisnis adalah suatu kegiatan usaha menjual barang dan jasa ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa etika bisnis merupakan penerapan nilai (baik/buruk) pada kegiatan jual beli barang dan jasa yang bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat (sholihah and rachma indrarin 2019).

Secara umum, konsumen adalah seseorang atau organisasi yang membayar suatu produk atau jasa dari pasar atau perusahaan tertentu guna melengkapi kebutuhan dan keinginan hidupnya. Kualitas pelayanan menjadi satu faktor penting dalam menghadapi persaingan (denni et al. 2022) cita-cita dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Manfaat dari peningkatan konsumen terhadap perusahaan etika bisnis memiliki keterkaitan terhadap kepuasan konsumen. Dalam etika bisnis memberikan suatu stimulus agar konsumen menjalin hubungan bisnis kepada penjual. Etika bisnis itu juga menjelaskan bagaimana cara-cara melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berhubungan dengan individu, perusahaan, industri, dan juga masyarakat. Salah satu yang mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan konsumen adalah etika bisnis. Etika bisnis meliputi keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebenaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penerapan etika bisnis kepada konsumen tidak lepas dari pentingnya pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Keunggulan pelayanan didalam suatu perusahaan, perusahaan yang berhasil menghadapi segala tantangan dan ancaman yang menghambat kecepatan perkembangan perusahaan ke depan. Kualitas pelayanan karyawan yang meningkatkan kepuasan konsumen dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan jangka panjang perusahaan, yaitu sejauh mana perusahaan memberikan layanan terbaik kepada konsumen secara sistematis dan tidak melanggar nilai-nilai etika bisnis islam (istiqomah and nurhidayati 2023). Penelitian oleh (Istiqomah & Nurhidayati, 2023) yang menyatakan bahwa dengan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pada konsumen. Penerapan etika bisnis dan kualitas pada pelayanan yang diberikan dapat membantu pelaku usaha untuk tetap unggul dalam menghadapi persaingan didunia bisnis saat ini. Hasil penelitian penerapan etika bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Aini et al., 2022).

KAJIAN TEORI

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa keinginannya atau harapannya telah terpenuhi dengan membeli dan menggunakan produk tersebut. Apabila konsumen puas maka uang yang dimiliki konsumen akan dibelanjakan untuk produk yang ditawarkan perusahaan, dengan demikian perusahaan akan mendapat keuntungan. Selain itu kepuasan konsumen merupakan rasa yang diciptakan dari penilaian-penilaian atas pengalaman dalam pembelian dan pemakaian produk. Kepuasan konsumen merupakan pengukuran dimana kinerja produk dianggap sesuai dengan ekspektasi konsumen. Konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli membentuk ekspektasi tentang nilai dan kepuasan, dan membeli berdasarkan ekspektasi yang diharapkan konsumen terhadap produk. Kepuasan konsumen itu merujuk pada tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Perbandingan ini menciptakan perasaan senang atau kecewa di dalam benak konsumen. Jika kinerja sesuai atau melebihi

harapan, konsumen akan merasa senang atau puas. Sebaliknya, jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa atau tidak puas. Kepuasan konsumen mencakup keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap produk atau layanan setelah menggunakannya (atika fitriani 2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen yaitu :

- 1) Fasilitas pendukung yang ada misalnya, lahan parkir yang luas.
- 2) Harga merupakan faktor penting dalam kepuasan konsumen karena harga
- 3) Yang masuk akal akan dapat memenuhi kepuasan bagi konsumen.
- 4) Kualitas produk salah satu kunci kesuksesan kepuasan konsumen adalah
- 5) Kualitas dari produk

Beberapa keuntungan atas pelanggan yang puas, yaitu:

- 1) Tetap setia lebih lama.
- 2) Membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru
- 3) Dan memperbaharui produk-produk yang ada.
- 4) Membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya.
- 5) Memberi perhatian yang lebih sedikit kepada merek-merek dan iklan-
- 6) Iklan pesaing serta kurang peka terhadap harga
- 7) Biaya pelayanannya lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan pelanggan
- 8) Baru karena adanya transaksi sudah rutin.

Etika Bisnis

Kata etika merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani yaitu "ethos" yang memiliki arti sebagai kebiasaan, watak, sikap, adat, perasaan dan cara berpikir. Etika merupakan ilmu yang membahas mengenai sesuatu yang biasa dilakukan berkaitan dengan perilaku manusia atau ilmu mengenai adat istiadat. Etika yang dimaksud merupakan tujuan bebas tetapi juga bisa bertanggung jawab terhadap tindakan yang telah kita lakukan. Penerapan etika dalam dunia bisnis penting untuk dilakukan agar bisnis dapat berjalan dengan baik dan terhindar dari kasus pelanggaran hukum maupun norma yang berlaku di masyarakat. Mencakup berbagai aspek seperti kejujuran, transparansi, tanggung jawab sosial, keadilan, dan menghormati hak-hak individu. Etika bisnis membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga bermoral dan bertanggung jawab. Etika bisnis (business ethics) berusaha untuk melarang perilaku bisnis, manajer perusahaan, dan pekerja yang seharusnya tidak dilakukan. Etika adalah sumber tuntunan di luar hukum yang ditegakkan.

Prinsip-prinsip etika bisnis mendorong penanaman nilai-nilai etika dalam operasional bisnis, sehingga dapat beroperasi sesuai dengan norma-norma etika yang terkandung dalam hukum dan peraturan yang berlaku. Ada banyak keterkaitan antara norma-norma etika yang berlaku dalam bisnis, yang tidak hanya membantu dalam penerapan prinsip-prinsip etika yang baik, tetapi juga memandu tanggung jawab dan perilaku yang positif di tengah masyarakat. Oleh karena itu, hal inilah yang menjelaskan mengapa etika bisnis dan tanggung jawab sosial sering dianggap harus saling mendukung dan berjalan bersama-sama (Mega Hasibuan & Zuhri M Nawawi, 2023) manfaat dari etika bisnis yang sangat penting untuk membangun sebuah perusahaan yang sukses, di antaranya sebagai berikut :

1. Memiliki citra baik di mata konsumen
Citra atau gambaran yang baik mengenai hasil hubungan perusahaan dengan konsumen dapat melekat pada perusahaan sebagai prestasi yang akan dikenal oleh masyarakat umum dan calon konsumen lainnya sebagai

- pertimbangan yang menguntungkan..
2. Menjunjung nilai moral
 Terciptanya perilaku yang menjunjung nilai moral oleh karyawan dalam perusahaan tentu merupakan keunggulan yang sangat baik untuk perusahaan itu sendiri. Karyawan dapat menjadi lebih akrab satu sama lain dan lebih sopan santun dalam bertutur kata serta bercengkerama. Nilai moral tersebut akan membuat perusahaan menjadi lebih unggul.
 3. Perusahaan menjadi terpercaya
 Selain itu etika bisnis juga bermanfaat untuk menunjukkan perusahaan memiliki kejujuran dan tidak akan membohongi konsumen. Kepercayaan pun menjadi semakin meningkat karena perusahaan dinilai sangat loyal dalam menjalankan bisnis, sehingga bukannya tidak mungkin konsumen akan merekomendasikan produk kepada orang lain agar ikut serta memercayakan kebutuhannya pada perusahaan anda.
 4. Memperhatikan kepentingan bersama
 Terlaksananya etika bisnis dalam perusahaan akan menyebabkan kepentingan bersama lebih didahulukan dari pada kepentingan individu atau golongan. Hal ini adalah salah satu manfaat dari etika bisnis yang paling besar, yang mungkin tidak akan pernah dimiliki suatu perusahaan jika tidak menerapkan etika bisnis secara permanen.

Tabel 1.
Penelitian terdahulu

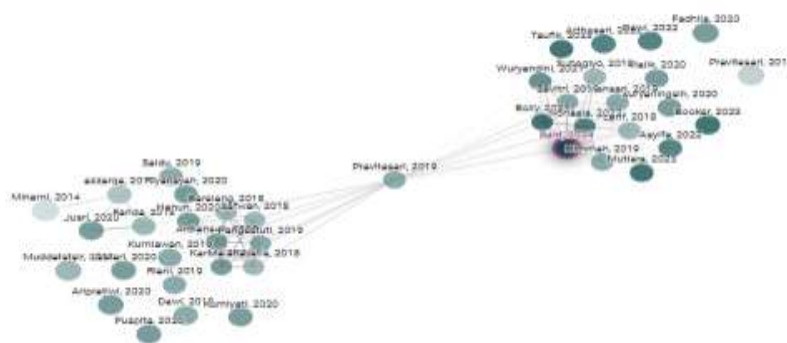
No	Judul	Penulis	Metode	Hasil
1	Pengaruh etika bisnis dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pt rolimes medan	(Denni et al., 2022)	Metode deskriptif dan analisis kuantitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa etika bisnis dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan adanya pengaruh variable etika bisnis dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2	Pengaruh etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan rumah makan bebek h. Slamet cabang joglo, jakarta barat	(Rachmarwi, 2019)	Sampel digunakan teknik <i>accidenta sampling</i> . Data primed alam bentuk persepsi responden (subjek) penelitian	Hasil pengujian data menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal Instrument yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliable untuk dijadikan sebagai alat untuk meneliti pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan
3	Kepuasan konsumen di pasar mimbaan kecamatan panji kabupaten situbondo	(Musayana et al., 2018)	Metode purposive area Metode angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis ud.sumber jaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di pasar mimbaan kecamatan panji kabupaten situbondo.
4	Pengaruh etika bisnis	(Atika Fitriani	Metode	Etika bisnis berpengaruh positif

	terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen	et al., 2024)	systematic literature review (slr)	terhadap kepercayaan konsumen, Etika bisnis berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
5	Pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan warung bebek h. Slamet di kota malang	(Fauzan & Nuryana, 2014)	Metode angket	Hasil penelitian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung bebek h. Slamet di kota malang
6	Pengaruh etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan andayani waroeng steak n djawa (studi pada andayani waroeng steak n djawa di pamekasan)	(Irsyad & Amir, 2018)r	Data primer dalam bentuk persepsi responden (subjek) penelitian	-instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel untuk dijadikan sebagai alat untuk meneliti pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan -uji asumsi klasik telah dilakukan, dan dari hasil uji statistik memenuhi syarat untuk dilanjutkan analisis regresi linear berganda.
7	Peran etika bisnis dalam membangun kepercayaan konsumen	(Mega Hasibuan & Zuhrinal M Nawawi, 2023)	Metode systematic literature review (slr)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran etika bisnis memiliki pengaruh yang signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen.
8	Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan pada toko perspektif etika bisnis islam	(Ramadhon, n.d.)	Metode induktif dan deskriptif	Tingkat kepuasan pelanggan terdapat tiga indikator didalamnya yakni tingkat layanan, stok barang dan service. Dari tiga toko terdapat 30 responden yang dapat disimpulkan terdapat 60% tingkat layanan menurut mereka layanan yang diberikan harus cekatan, ramah, dan cepat
9	Pengaruh nilai-nilai etika bisnis dan karakteristik syariah marketing terhadap kepuasan konsumen perumahan syariah di kota pekanbaru	(Akuntansi et al., 2021)	Metode kuantitatif	Hasil variabel nilai-nilai etika bisnis (x1), dan karakteristik syariah marketing (x2) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen perumahan syariah di kota pekanbaru.
10	Pengaruh etika bisnis islam dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha rofi collection ciamis	(Nursyamsiah & Nopianti, 2021)	Metode survei	Hasil dari analisis menunjukkan bahwa secara parsial variabel etika bisnis islam dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel etika bisnis islam $0.000 < \alpha 0,05$, dan nilai signifikansi kualitas produk $0.000 < \alpha 0,05$. Sehingga keputusannya H_2 diterima dan H_0 di tolak
11	Pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kepuasan	(Thursina et al., 2020)	Metode regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keadilan, kejujuran dan kepercayaan

	pelanggan pada toko riyadh store di banda aceh			secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan secara parsial hanya variabel kejujuran dan kepercayaan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan variabel keadilan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
--	--	--	--	--

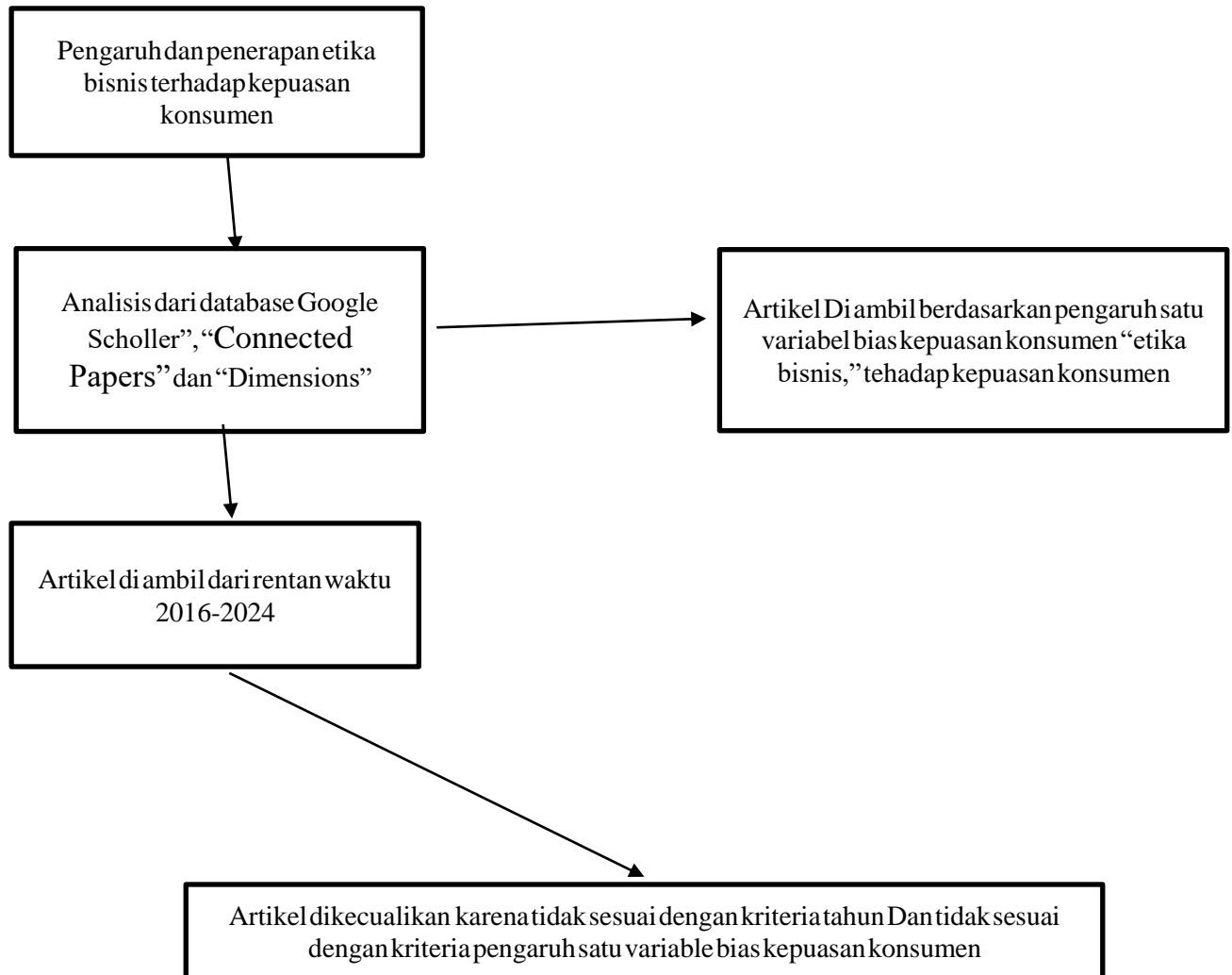
METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini menggunakan metode *systematic literatur review* . merujuk pada teknik penelitian tertentu yang sistematis, jelas, menyeluruh dengan mencari, menganalisis, dan menilai data yang ada dengan menggunakan metode pencarian yang akurat dan termasuk proses tinjauan kritis dalam memilih studi lusiana dan suryani (dalam baskoro farid , dkk, 2021). Penelitian ini tidak melakukan penelitian secara langsung ke lapangan, melainkan mengumpulkan data-data yang dapat dijadikan sumber untuk menganalisis sebuah penelitian yang sedang dilaksanakan. Teknik penelitian studi kepustakaan umumnya membatasi kegiatannya pada bahan koleksi perpustakaan baik berupa buku, artikel jurnal ilmiah, hasil seminar, laporan hasil penelitian, kamus, dan lain sebagainya tanpa mengambil data di lapangan. pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui “pengaruh dan penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen “jurnal literatur dicari pada situs database “google scholler”, “Connected Papers” dan “dimensions” dalam rentan waktu 2016-2024.pencarian jurnal atau artikel menghasilkan beberapa artikel yang umunya mendekati tujuan penelitian. namun tidak spesifik dimasukan dalam kategori pemilihan jurnal sangat diperlukan karena pokus pada hasil penelitian dan tujuan penelitian ini dibahas secara detail dan rinci



Setelah pencarian selesai, peneliti mengevaluasi hasil pencarian dokumen. Artikel artikel tersebut dipilih berdasarkan kata kunci “etika bisnis,kepuasa konsumen..”Sehingga diperoleh artikel yang dapat dijadikan sumber penelitian. Beberapa kriteria literatur penelitian ini adalah: (1) literatur, khususnya mengenai pengaruh satu variabel bias kepuasan konsumen “etika bisnis,” terhadap kepuasan konsumen ,(2) literatur, artikel jurnal yang diterbitkan antara tahun 2016 hingga 2024, dan (3) publikasi sebagai artikel jurnal atau publikasi yang dapat diterbitkan

sebagai hasil dari proses penelitian artikel yang dipilih berdasarkan kriteria tersebut membantu memberikan informasi dan bukti mengenai pengaruh pengaruh dan penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen.



HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan mapping atau kajian literatur yang dilakukan sebelumnya yang mengungkapkan bahwa etika bisnis berpengaruh terhadap kepuasan konsumen etika bisnis juga menekankan pentingnya menjaga moralitas dan norma dalam bisnis untuk mencapai tujuan. Hal ini akan mempengaruhi keputusan manajerial dalam mempertimbangkan moralitas dan norma dalam setiap keputusan bisnis yang diambil. (Alparisi et al., 2023) kualitas pelayanan adalah satu faktor penting dalam menghadapi persaingan. Cita-cita dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya (Posi et al., 2022)

Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen

Etika bisnis terhadap kepuasan konsumen membahas bagaimana sebuah

perusahaan itu dapat memberikan pelayanan terbaiknya, etika bisnis juga bisa menjadi pedoman bagi karyawan, ataupun si yang mempunyai perusahaan. Dari hasil analisis 30 artikel yang sudah maving dapat kami simpulkan bahwa bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Irsyad & Amir, 2018), dan (Fauzan & Nuryana, 2014) yang membuktikan bahwa penerapan etika bisnis dalam sebuah aktifitas bisnis memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh dan penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen merupakan topik yang sangat relevan dalam dunia bisnis saat ini. Etika bisnis mencakup prinsip-prinsip moral yang memandu perilaku perusahaan dan individu dalam berbisnis sedangkan kepuasan konsumen adalah ukuran seberapa baik produk atau layanan memenuhi harapan pelanggan. Etika bisnis adalah seperangkat prinsip moral yang mengatur perilaku dalam konteks bisnis. Ini mencakup berbagai aspek, seperti kejujuran, integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Penerapan etika bisnis dapat meningkatkan reputasi perusahaan, membangun kepercayaan pelanggan, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

Penerapan etika bisnis yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Ketika perusahaan beroperasi dengan transparansi dan kejujuran, pelanggan lebih cenderung merasa aman dan puas dengan produk atau layanan yang mereka terima. Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan penerapan etika bisnis juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan adalah variabel yang paling dominan dari variabel etika bisnis yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penerapan etika bisnis tidak hanya meningkatkan kepercayaan tetapi juga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan cara perusahaan menangani masalah dan keluhan mereka cenderung merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain. Ini menciptakan efek positif berkelanjutan di mana kepercayaan dapat berkembang menjadi loyalitas jangka panjang. Menerapkan etika bisnis diyakini dapat membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan pelanggan. Ketika pelanggan percaya pada kredibilitas suatu usaha, kemungkinan besar mereka akan memilih perusahaan tersebut dibandingkan pesaingnya, memberikan keuntungan signifikan bagi perusahaan selain itu, menjalankan bisnis dengan prinsip-prinsip etika diperkirakan dapat menjaga citra dan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas usaha secara keseluruhan (Zakawali, 2023).

Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan mampu meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari artikel tentang pengaruh dan penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen secara keseluruhan, penerapan etika bisnis yang baik berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Dengan membangun reputasi positif, menunjukkan kejujuran, meningkatkan kualitas produk, dan melaksanakan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang kuat dengan

pelanggan. Kepercayaan ini tidak hanya menguntungkan bagi konsumen tetapi juga bagi kelangsungan bisnis itu sendiri, menciptakan lingkungan yang saling menguntungkan antarperusahaan dan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis, seperti kejujuran dan kepercayaan, memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan terbukti menjadi variabel dominan yang mempengaruhi kepuasan, di mana pelanggan cenderung merasa puas ketika mereka percaya pada integritas Perusahaan. Etika bisnis berfungsi sebagai landasan moral yang mengatur perilaku perusahaan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Penerapan etika yang baik tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan tetapi juga membangun hubungan yang harmonis dengan konsumen, yang esensial untuk keberlangsungan bisnis. Pentingnya etika bisnis bukan hanya sebatas memenuhi standar moral, melainkan juga sebagai strategi kunci untuk memenangkan hati konsumen dan membangun loyalitas yang berkelanjutan. Dengan memahami nilai-nilai etika bisnis dan mengintegrasikannya secara konsisten dalam semua aspek operasional, perusahaan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang mendorong kepercayaan dan integritas. Etika bisnis itu sangat berpengaruh dalam kepuasan konsumen dengan adanya kepuasan konsumen yang baik, dapat meningkatkan baik nya bisnis kita, berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Penerapan etika bisnis yang baik memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat membangun kepercayaan yang kuat di antara pelanggan. Kepercayaan ini penting karena pelanggan yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil cenderung lebih puas dengan produk dan layanan yang diberikan. Kontribusi Etika bisnis juga berpengaruh pada peningkatan reputasi perusahaan. Perusahaan yang dikenal memiliki komitmen terhadap praktik etis sering kali menarik lebih banyak pelanggan dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Ketika konsumen melihat bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan tetapi juga pada dampak sosial dari operasinya, mereka lebih cenderung untuk mendukung dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Selain itu, penerapan etika bisnis dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan. Perusahaan yang berkomitmen untuk memenuhi standar etika biasanya juga berusaha untuk meningkatkan kualitas, yang langsung berdampak pada kepuasan konsumen.

Pengalaman positif dalam berinteraksi dengan perusahaan, termasuk penanganan keluhan yang baik, juga berkontribusi pada tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Penerapan etika bisnis tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan dalam hal reputasi dan loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika dalam strategi bisnis mereka guna mencapai kepuasan konsumen yang optimal. Risiko tanpa etika bisnis yang mengabaikan etika berisiko menghadapi masalah reputasi dan kehilangan kepercayaan dari pelanggan. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan kepuasan pelanggan dan berpotensi merugikan tujuan jangka panjang Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Akuntansi, J., Bisnis, M., Teknologi, D., & Adli, R. (2021). *STIE Mahaputra Riau AMBITEK*

- Pengaruh Nilai-Nilai Etika Bisnis dan Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Perumahan Syariah di Kota Pekanbaru.* 1(2), 165–173.
- Alparisi, A., Maulana, A. Z., & Yasir, M. (2023). Etika Bisnis dalam Islam: Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Manajerial. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(5), 730–742.
- 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>
- 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>
- Irsyad, B., & Amir, A. (2018). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Andayani Waroeng Steak N Djawa (Studi Pada Andayani Waroeng Steak N Djawa Di Pamekasan). *Jsemb*, 5(1), 1–9.
- Istiqomah, N. K., & Nurhidayati, M. (2023). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Pada Rumah Laundry Di Desa Biting Badegan Ponorogo. *AL-ITTIFAQ: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 11. <https://doi.org/10.31958/al-ittifaq.v2i1.6549>
- Mega Hasibuan, & Zuhri M Nawawi. (2023). Peran Etika Bisnis dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 50–68. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2426>
- Musayana, M., Suyadi, B., & Suharso, P. (2018). Pengaruh Etika Bisnis Ud. Sumber Jaya Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 11(2), 76. <https://doi.org/10.19184/jpe.v11i2.6450>
- Nursyamsiah, I., & Nopianti, N. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Rofi Collection Ciamis. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(1), 52–62. <https://doi.org/10.53566/jer.v1i1.20>
- Posi, S. H., Katiandagho, A. G., & Manoma, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Anggy Salon. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(3), 100–108. <https://doi.org/10.47709/jebma.v2i3.1821>
- 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>
- Ramadhon, M. A. (2022). *Prespektif Etika Bisnis Islam*.
- Sholihah, F. A., & Rachma Indrarini. (2019). Pengaruh Persepsi Pelanggan terkait Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna E- Commerce. *Jurnal Ekonomi Islam, Vol 2, No(3)*, 156–162.
- Thursina, T., Fuad, Z., & Hafidhah, H. (2020). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Riyadh Store Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 52–67. <https://doi.org/10.22373/jimebis.v1i2.132>