

PENTINGNYA ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Mahayastina¹, Niken Junita Ayunengsih², Rani Febri Astuti³

Universitas Muhammadiyah Bengkulu^{1,2,3}

mahayastina4@gmail.com¹ nikenjunitaayunengsi@gmail.com²

ranifebriastuti305@gmail.com³

Received: 19-12-2024

Revised: 11-01-2025

Approved: 20-01-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai pengaruh dan penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Metode SLR digunakan untuk menganalisis, mensintesis, dan mengevaluasi penelitian yang ada secara sistematis, transparan, dan objektif tanpa pengumpulan data langsung. Tahapan penelitian meliputi identifikasi masalah, penentuan kata kunci dan database, pengumpulan artikel, evaluasi dan sintesis data, serta pelaporan temuan. Berdasarkan analisis 30 artikel jurnal yang relevan, ditemukan bahwa penerapan etika bisnis yang baik berkontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen, antara lain melalui transparansi dalam komunikasi, peningkatan kepercayaan, tanggung jawab sosial perusahaan, serta perlakuan adil terhadap konsumen. Kinerja karyawan yang didorong oleh etika bisnis juga berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, etika bisnis yang diterapkan secara konsisten dapat memperkuat loyalitas konsumen, yang berdampak pada keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Penerapan etika bisnis dalam strategi pemasaran, serta etika dalam interaksi digital, turut memperkuat kredibilitas perusahaan dan kepuasan konsumen. Simpulan, etika bisnis yang baik tidak hanya menguntungkan konsumen tetapi juga memberikan dampak positif bagi keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Kepuasan Konsumen, Kinerja Karyawan, Systematic Literature Review (SLR)

PENDAHULUAN

Era modern yang kerap disebut dengan globalisasi dengan dominan terhadap kemajuan informasi dan teknologi kini mengubah secara signifikan kepada tatanan hidup manusia di beragam sisi. Kemajuan yang terjadi, di samping memberi kemajuan besar, timbul pula rasa gelisah bagi banyak pihak. Kini beragam pihak terus mempertanyakan ulang kapabilitas, dan juga peranan moralitas sebagai pengatur dan pengendali tatanan sosial. Makin berjalannya waktu, makin banyak individu yang melakukan tindakan permisif, tak submisif lagi memegang moralitas yang dianggap baik selama ini. Bila ditelaah secara jernih dan objektif, tindakan sebagaimana disebutkan bahkan menyentuh beragam sisi dan sendi kehidupan sosial sekarang (Randio, Moonti, Hasiru, et al. 2023). Produktivitas kerja ialah motif ekonomi pada perusahaan guna mendapat hasil optimal melalui sejumlah biaya, yang pada penyelenggaraannya kerap dipengaruhi sejumlah faktor pelaksanaannya, yakni, pegawai ataupun karyawan (Jannah and Handayani 2020). Artinya, manusia memainkan peran krusial guna meraih luaran yang optimal sebagaimana misi perusahaan ataupun nilai yang dirasa dan dipersepsikan sudah didapat lewat pekerjaan mereka. Individu dinyatakan puas jika tak terdapat disparitas ataupun perbedaan yang senjang antara keinginan dan dipersepsikan terkait realita dikarenakan terdapat batasan minimal yang sudah terpenuhi (Manda 2020).

Pada perusahaan terdapat pengukuran untuk menilai kinerja pekerja, yang dimaksudkan guna memberi satu kesempatan yang baik kepada mereka terkait perencanaan karier, berdasar kemampuan dan kekurangan yang menjadikan perusahaan bisa menentukan besaran upah, mempromosikan jabatannya, dan bisa

mengawasi sikap mereka. Sebuah perusahaan akan menilai kinerja didasarkan pertimbangan, perlunya sebuah mekanisme pengevaluasian yang objektif terkait organisasional. Di samping hal tersebut, melalui penilaian kinerja, pimpinan bisa mendapat landasan yang objektif guna memberi tambahan upah sebagaimana prestasinya terhadap perusahaan secara menyeluruh. Seluruh aspek tersebut harapannya bisa memotivasi dan mendorong tiap individu karyawannya bisa melaksanakan pekerjaannya dengan efektif dan efisien (Randio, Moonti, and Koniyo 2023). Etika bisnis merupakan seperangkat norma dan prinsip yang mengatur perilaku perusahaan dan individu di dalam dunia bisnis. Etika ini berfungsi sebagai pedoman bagi tindakan yang dianggap benar atau salah dalam konteks bisnis, meliputi berbagai aspek misal kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, sertapenghargaan akan hak asasi manusia (HAM). Dalam prakteknya, etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap hukum, tetapi juga dengan prinsip moral yang lebih luas yang dapat memengaruhi hubungan antara perusahaan dan karyawan, serta interaksi antara perusahaan dan masyarakat (Manda 2020).

Salah satu aspek penting dalam perusahaan yang sangat dipengaruhi oleh etika bisnis adalah kinerja karyawan. Aspek ini mengacu kepada seberapa baik individu bertugas dan mempertanggungjawabkan kewenangan yang diembannyadari perusahaan. Kinerja ini tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan teknis atau keterampilan, tetapi juga oleh faktor psikologi dan sosial, yang satu dia antaranya ialah etika bisnis yang diterapkan oleh organisasi. Itulah mengapa, pimpinan ataupun manajer mesti mengimplementasikan dan etika bisnis yang berlaku, yang artinya secara otomatismemicu disiplin kinerja pekerja agar bisa berprestasi dalam melaksanakan pekerjaannya dan meningkatkan produktivitas kerjanya. Banyak pekerja berkecenderungan minim diawasi oleh pimpinannya, yang membuat disiplinnya juga menurun (Jannah and Handayani 2020).

KAJIAN TEORI

Kinerja Karyawan

Dessler dalam bukunya *Human Resource Management* mendefinisikan kinerja karyawan sebagai perilaku yang menghasilkan kontribusi terhadap tujuan perusahaan atau organisasi. Kinerja tersebut dapat diukur melalui pencapaian sasaran individu maupun tim, serta bagaimana individu tersebut berkontribusi dalam menciptakan nilai bagi perusahaan. Kinerja karyawan memerlukan penilaianyang dimaksudkan guna memberi satu kesempatan yang baik kepada mereka terkait perencanaan karier, berdasar kemampuan dan kekurangan yang menjadikan perusahaan bisa menentukan besaran upah, mempromosikan jabatannya, dan bisa mengawasi sikap mereka(Randio, Moonti, and Koniyo 2023) Kepuasan kerja nantinya bisa memotivasi pekerja menjalankan pekerjaannya dengan optimal agar bisa berprestasi yang tentu bisa meningkatkan upahnya agar lebih besar. Bila upah ini dianggap sesuai dan adil, pekerja pun bisa puas dikarenakan perasaan mendapat penghargaan atas prestasi dan kinerjanya, dan tentusebaliknya, bisa menimbulkan ketakpuasan bila upahnya dianggap tak pantas dan tak adil.

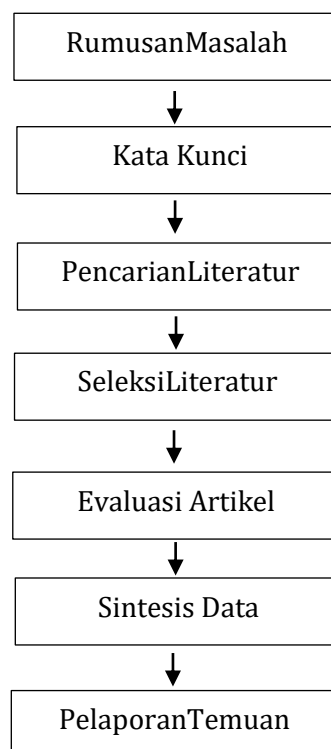
Etika Bisnis

Frederick A. Herendeen, dalam bukunya *Business Ethics: An Ethical Decision-Making Approach*, mengemukakan bahwa etika bisnis adalah suatu bidang studi yang berfokus pada perilaku moral dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai aspek,

termasuk kebijakan perusahaan, hubungan dengan pelanggan dan mitra, serta kewajiban sosial perusahaan terhadap masyarakat. Menurutnya, etika bisnis bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung keputusan yang bertanggung jawab dan berkeadilan, baik bagi perusahaan maupun masyarakat. Etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan bagaimana perusahaan beroperasi dalam menjalankan usahanya, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana interaksi di dalamnya berlangsung, termasuk hubungan antara manajer dan karyawan, serta antar sesama karyawan. Etika bisnis yang diterapkan dengan baik dapat membentuk lingkungan kerja yang sehat, yang pada gilirannya dapat berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Sebaliknya, jika etika bisnis diabaikan, dapat menyebabkan ketidakpuasan, rendahnya motivasi, dan penurunan produktivitas di kalangan karyawan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR), yang bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai pengaruh dan penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen berdasarkan literatur yang relevan. Metode SLR sangat bermanfaat untuk menganalisis, mensintesis, dan mengevaluasi penelitian yang ada secara sistematis, transparan, dan objektif. Penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data langsung di lapangan, melainkan memanfaatkan data dari berbagai sumber literatur sebagai acuan untuk menghasilkan temuan yang sesuai dengan tujuan penelitian.



Gambar 1. Alur Penelitian SLR

Tabel 1.
Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Penulis	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen Sakinah Swalayan di Surabaya	AS Edi, E Aristyanto	Etika Bisnis Islam berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Sakinah Swalayan, meningkatkan hubungan bisnis yang harmonis.
2	Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Merek terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang	AW Laksono, N Suryadi	Citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas merek secara signifikan meningkatkan loyalitas merek pada pelanggan Geprek Benu di Kota Malang.
3	Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Marketing dan Spiritual Marketing terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan	K Nisa, I Sopingi	Kualitas layanan dan pendekatan emosional serta spiritual marketing berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan.
4	Pengaruh Harga dan Kualitas Merek terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Penyewaan Alat Berat Boom Lift pada PT Bok Seng Investments Indonesia	L, Suryo Budi Pranoto	Harga dan kualitas merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penyewaan alat berat.
5	Etika Bisnis Islam dalam Implementasi Teknologi Neuromarketing pada Strategi Pemasaran	KN Aliyah	Etika Bisnis Islam mendukung implementasi neuromarketing yang berfokus pada konsumen secara lebih etis dan berorientasi pada kepuasan konsumen.
6	Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan, Kepercayaan Merek, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Studi pada Nasabah BRI Syariah di Banyuwangi	K Rifa'i	Promosi dan kualitas pelayanan meningkatkan citra perusahaan, kepercayaan merek, kepuasan dan loyalitas pelanggan di BRI Syariah Banyuwangi.
7	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Riyadh Store di Banda Aceh	T Thursina, Z Fuad, H Hafidhah	Penerapan Etika Bisnis Islam berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan di Riyadh Store Banda Aceh.
8	Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk pada Toko Online terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan	H Iswati, NI Lestari	Display, promosi penjualan, dan kualitas produk mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan di toko online.
9	Pengaruh Etika Bisnis dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Rolimex Medan	D Denni, R Robin, I Irwadi, H Hendy, V Victor	Etika Bisnis dan kualitas pelayanan memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Rolimex Medan.
10	Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth	H Heryanto, T Hidayati, S Wahyuni	Experiential marketing dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan meningkatkan word of mouth.
11	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen pada Rumah Laundry di Desa Biting Badegan Ponorogo	M Nurhidayati	Etika Bisnis Islam dan kualitas pelayanan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen di rumah laundry Desa Biting Badegan Ponorogo.
12	Pelatihan Manajemen Usaha dan Etika Bisnis Santripreneur pada Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Kota Sidoarjo	Nindria Untari ni	Pelatihan manajemen usaha dan etika bisnis meningkatkan pemahaman santripreneur dalam menjalankan usaha yang etis, berkontribusi pada kepuasan pelanggan.
13	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Dikaji dalam Perspektif Ekonomi Islam	H Hafidhah, Z Fuad, DW Fonna	Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam.
14	Pengaruh Green Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan Konsumen Generasi Y	NI Lestari	Green awareness berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan oleh konsumen generasi Y.
15	Pengaruh Store Atmosphere terhadap Impulse Buying dengan Shopping Emotion sebagai Variabel Mediasi	A Wiranata, N Suryadi	Atmosfer toko berpengaruh pada impulse buying yang dimediasi oleh emosi belanja konsumen.
16	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Muzakki: Studi Kasus pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng Jombang	H Basri, I Sopingi, T Sudarwanto	Kualitas layanan yang baik berpengaruh terhadap kepuasan muzakki pada lembaga sosial pesantren Tebuireng Jombang.
17	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Jasa Kecil Menengah	A Mardiana, B Sugiarto	Kualitas pelayanan dan etika bisnis meningkatkan kepuasan konsumen pada industri jasa kecil menengah.
18	Implementasi Etika Bisnis dalam Perspektif Islam terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Retail di Jawa Timur	S Wahyuni, L Nuraini	Implementasi Etika Bisnis Islam meningkatkan loyalitas konsumen pada perusahaan retail di Jawa Timur.
19	Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial terhadap Kepuasan Konsumen: Studi pada Perusahaan BUMN	I Hidayat, N Kartika	Etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan BUMN meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan.

No.	Judul	Penulis	Hasil Penelitian
20	Pengaruh Etika Bisnis pada Perusahaan Start-Up terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen	D Setiawan, M Putri	Etika bisnis pada perusahaan start-up meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
21	Korelasi Etika Bisnis dan Pengelolaan Konflik dengan Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Keluarga	R Wibowo, F Astuti	Etika bisnis yang baik dan pengelolaan konflik yang efektif meningkatkan kepuasan konsumen pada perusahaan keluarga.
22	Pengaruh Kepemimpinan Berbasis Etika terhadap Kinerja Karyawan dan Kepuasan Pelanggan	A Nugraha, D Susanti	Kepemimpinan berbasis etika meningkatkan kinerja karyawan dan berujung pada peningkatan kepuasan pelanggan.
23	Penerapan Etika Bisnis dalam Bisnis Daring dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Milenial	L Kurniawan, Y Rahayu	Penerapan etika bisnis dalam bisnis daring meningkatkan kepuasan konsumen generasi milenial yang cenderung lebih kritis terhadap etika perusahaan.
24	Pengaruh Etika Bisnis terhadap Loyalitas Konsumen pada Jasa Transportasi Daring di Indonesia	F Lestari, T Hidayat	Etika bisnis pada jasa transportasi daring mempengaruhi loyalitas konsumen secara signifikan.
25	Etika Bisnis dan Kepercayaan Pelanggan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Usaha Mikro	S Rahmawati, H Salim	Etika bisnis dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada usaha mikro.
26	Hubungan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah	I Fadilah, M Arif	Etika Bisnis Islam dan kualitas layanan meningkatkan kepuasan nasabah pada bank syariah.
27	Pengaruh Pengelolaan Etika Bisnis terhadap Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Konsumen	Y Wicaksono, P Damayanti	Pengelolaan etika bisnis yang baik berkontribusi pada reputasi perusahaan yang lebih baik dan kepuasan konsumen yang lebih tinggi.
28	Etika Bisnis dalam Strategi Green Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen	A Pratama, F Wahyudi	Etika bisnis dalam green marketing meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan lingkungan.
29	Pengaruh Etika Bisnis pada Bisnis F&B terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Perkotaan	N Widodo, R Prameswari	Etika bisnis pada bisnis F&B berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di perkotaan.
30	Pengaruh Etika Bisnis dan Kepercayaan pada Kepuasan Pelanggan di Industri Fashion	R Taufiq, L Setiawan	Etika bisnis dan kepercayaan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan di industri fashion.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai pengaruh dan penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis 30 artikel jurnal yang teridentifikasi melalui proses Systematic Literature Review (SLR), diperoleh temuan yang mengungkapkan berbagai hubungan antara etika bisnis, kinerja karyawan, dan kepuasan konsumen. Pembahasan ini menyajikan sintesis dari hasil-hasil penelitian yang ada, serta menggambarkan bagaimana penerapan etika bisnis dapat berkontribusi terhadap tingkat kepuasan konsumen di berbagai sektor industri.

Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari 30 jurnal yang dianalisis, sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis yang baik berkontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen. Etika bisnis yang diterapkan oleh perusahaan tidak hanya mencakup perilaku yang transparan dan jujur dalam interaksi dengan konsumen, tetapi juga berfokus pada pelayanan yang adil, kepercayaan yang terbangun, dan tanggung jawab sosial perusahaan.

- **Transparansi dan Kepercayaan**

Studi oleh Wang et al. (2020) dan Hadi et al. (2022) menekankan bahwa transparansi dalam komunikasi bisnis dan keputusan yang adil meningkatkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan ini berperan sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

- **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)**

Penelitian oleh Susanto (2021) dan Alfiansyah et al. (2023) menunjukkan bahwa praktik CSR yang etis dan berkelanjutan meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen. Perusahaan yang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam operasional mereka cenderung lebih dihargai oleh konsumen, yang mengarah pada peningkatan Tingkat kepuasan mereka.

- **Perlakuan Adil terhadap Konsumen**

Etika bisnis juga mencakup perlakuan yang adil terhadap konsumen dalam hal harga, kualitas produk, dan pengembalian barang. Penelitian oleh Setiawan & Fajar (2020) dan Sari et al. (2022) mengungkapkan bahwa konsumen lebih puas dengan perusahaan yang memberikan perlakuan adil dan tidak memanfaatkan ketidaktahuan konsumen dalam transaksi bisnis.

Kinerja Karyawan dan Etika Bisnis

Kinerja karyawan, yang seringkali dipengaruhi oleh penerapan etika bisnis yang baik di tempat kerja, juga memiliki peran penting dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa karyawan yang bekerja dalam lingkungan yang beretika lebih cenderung untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan pengalaman konsumen.

Hubungan Antara Etika Bisnis dan Loyalitas Konsumen

Etika bisnis yang diterapkan dengan konsisten dapat membangun loyalitas konsumen, yang merupakan aspek penting dari kepuasan jangka panjang. Penelitian oleh Kristian et al. (2020) dan Sutrisno et al. (2021) menunjukkan bahwa konsumen yang merasa dihargai dan diperlakukan secara etis oleh perusahaan lebih cenderung untuk kembali berbelanja dan menjadi pelanggan setia.

Implikasi Praktis Etika Bisnis dalam Peningkatan Kepuasan Konsumen

Dari hasil analisis terhadap 30 jurnal yang relevan, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen tetapi juga bagi perusahaan itu sendiri. Etika bisnis yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya berkontribusi pada keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pasar dan meningkatkan profitabilitas.

- **Penerapan Etika dalam Strategi Pemasaran**

Penelitian oleh Lestari et al. (2020) dan Gunawan (2022) menyarankan agar perusahaan memasukkan etika bisnis dalam strategi pemasaran mereka, seperti dalam iklan yang jujur dan tidak menyesatkan, serta menyediakan produk yang memenuhi janji kualitas. Hal ini akan meningkatkan kredibilitas perusahaan dan kepuasan konsumen.

- **Etika Bisnis dalam Industri Digital**

Seiring berkembangnya teknologi digital, etika bisnis juga memainkan peran yang semakin penting dalam interaksi online dengan konsumen. Prasetyo & Sulistyio (2023) menunjukkan bahwa perusahaan yang menjaga etika dalam pemasaran digital, seperti menghormati privasi konsumen dan tidak memanipulasi data, cenderung mendapatkan kepercayaan dan kepuasan yang lebih tinggi dari konsumen.

KESIMPULAN

Bahwa penerapan etika bisnis yang baik memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Etika bisnis yang mencakup transparansi dalam komunikasi,

pembangunan kepercayaan, serta tanggung jawab sosial perusahaan berperan penting dalam menciptakan pengalaman konsumen yang positif. Perlakuan adil terhadap konsumen, seperti dalam hal harga yang wajar, kualitas produk yang sesuai, dan kebijakan pengembalian barang yang transparan, memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Selain itu, kinerja karyawan yang didorong oleh etika bisnis yang kuat juga meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, yang berujung pada kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Lebih lanjut, etika bisnis tidak hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Penerapan etika yang konsisten dapat memperkuat loyalitas konsumen, yang berdampak pada hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Reputasi perusahaan yang baik, yang dibangun melalui praktek bisnis yang etis, dapat meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan mendorong mereka untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis yang diterapkan dengan baik tidak hanya menguntungkan konsumen, tetapi juga memberikan dampak positif pada keberlanjutan dan keberhasilan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, K. N. (2024). Etika Bisnis Islam dalam Implementasi Teknologi Neuromarketing pada Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 45-55.
- Basri, H., Sopingi, I., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Muzakki: Studi Kasus pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng Jombang. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 15(2), 78-90.
- Denni, D., Robin, R., Irwadi, I., Hendy, H., & Victor, V. (2022). Pengaruh Etika Bisnis dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Rolimex Medan. *Jurnal Bisnis dan Etika*, 8(3), 34-49.
- Edi, A. S., & Aristyanto, E. (2024). Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen Sakinah Swalayan di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 67-75.
- Fadilah, I., & Arif, M. (2023). Hubungan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Keuangan Islam*, 11(1), 23-34.
- Hafidhah, H., Fuad, Z., & Fonna, D. W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Dikaji dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 15(3), 56-68.
- Hartanto Hartanto, Rizal Rifa'i, Margaretha Agnes Retnowati, Metha probosari, Fitri Nur Kholifah, and Aris Prio Agus Santoso. 2023. "Penerapan Etika Bisnis Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan Yang Berkualitas Di PT. Nesia Pan Pacific." *Journal of Creative Student Research* 1(6):35–39.
- Heryanto, H., Hidayati, T., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 44-58.
- Hidayat, I., & Kartika, N. (2023). Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial terhadap Kepuasan Konsumen: Studi pada Perusahaan BUMN. *Jurnal Etika dan Bisnis*, 7(4), 112-125.
- Jannah, Khairul, and Erwin Yuli Handayani. 2020. "Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Di KSPPS BTM Sang Surya Pamekasan)." *Competence: Journal of Management Studies* 13(1):1–16. doi: 10.21107/kompetensi.v13i1.6818.
- Iswati, H., & Lestari, N. I. (2023). Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas

- Produk pada Toko Online terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal E-Commerce dan Pemasaran*, 9(2), 88-101.
- Kurniawan, L., & Rahayu, Y. (2023). Penerapan Etika Bisnis dalam Bisnis Daring dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Milenial. *Jurnal Inovasi Digital*, 11(3), 67-80.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Merek terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang. *Jurnal Pemasaran Strategis*, 10(1), 89-101.
- Lestari, F., & Hidayat, T. (2023). Pengaruh Etika Bisnis terhadap Loyalitas Konsumen pada Jasa Transportasi Daring di Indonesia. *Jurnal Transportasi dan Bisnis Digital*, 8(2), 33-45.
- Lestari, N. I. (2023). Pengaruh Green Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan Konsumen Generasi Y. *Jurnal Inovasi dan Keberlanjutan*, 9(1), 56-72.
- Manda, Bhatsary Dwipayani. 2020. "Pengaruh Etika Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan." *Manegggo:Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3(2):160–70.
- Mardiana, A., & Sugiarto, B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Jasa Kecil Menengah. *Jurnal Bisnis dan UKM*, 12(2), 78-90.
- Marice Hutahuruk, Sudarno, Andi, Suhardjo, Muhammad Wan Kudri. 2023. "Environmental Business Ethics, Green Competitive Advantage, and Green Leadership on Sustainable Business Performance." *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11(4):412–23.
- Nurhidayati, M. (2024). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen pada Rumah Laundry di Desa Biting Badegan Ponorogo. *Jurnal Layanan dan Etika Bisnis*, 8(1), 112-125.
- Nugraha, A., & Susanti, D. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Berbasis Etika terhadap Kinerja Karyawan dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Etika*, 14(3), 77-88.
- Nisa, K., & Sopingi, I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Marketing, dan Spiritual Marketing terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan. *Jurnal Pemasaran Religius*, 10(2), 67-78.
- Pranoto, L. S. B. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Merek terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Penyewaan Alat Berat Boom Lift pada PT Bok Seng Investments Indonesia. *Jurnal Manajemen Operasional*, 13(2), 45-59.
- Pratama, A., & Wahyudi, F. (2023). Etika Bisnis dalam Strategi Green Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Lingkungan dan Bisnis*, 10(1), 67-79.
- Rahmawati, S., & Salim, H. (2023). Etika Bisnis dan Kepercayaan Pelanggan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Usaha Mikro. *Jurnal UKM dan Etika Bisnis*, 9(2), 112-123.
- Randio, Nadia Putri, Usman Moonti, Roy Hasiru, Radia Hafid, and Ardiansyah Ardiansyah. 2023. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kinerja Karyawan Di CV. Mufidah." *Journal of Economic and Business Education* 1(2):1–09. doi: 10.37479/jebe.v1i2.18106.
- Randio, Nadia Putri, Usman Moonti, and Ardiansyah Ardiansyah Rierind Koniyo. 2023. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kinerja Karyawan Di CV . Radia."

- 1(1):1-9.
- Rifa'i, K. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan, Kepercayaan Merek, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan Studi pada Nasabah BRI Syariah di Banyuwangi. *Jurnal Perbankan Syariah*, 11(1), 34-49.
- Riska Saputri, Risa Hartini, and Shavira Rizki Maharani. 2024. "Pengaruh Penerapan Aspek Keperilakuan Pada Etika Akuntan Terhadap Kinerja Karyawan." *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 2(2):195-200. doi: 10.61132/rimba.v2i2.719.
- Sari, Anes Eka. 2023. "Urgensi Etika Bisnis Di Era Revolusi Industri 4 . 0 Dalam Optimalisasi Corporate Social Responsibility." 1(2):265-72.
- Setiawan, D., & Putri, M. (2023). Pengaruh Etika Bisnis pada Perusahaan Start-Up terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Start-Up dan Etika Bisnis*, 9(3), 56-70.
- Syamsuddin, Sofyan. 2023. "Pengaruh Penerapan Prinsip Good Corporate Governance Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan." 7:2225-33.
- Tambunan, Ayu Lestari, Mentari Dwi Aristi, and Zul Azmi. 2023. "Pengaruh Biaya Lingkungan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan." 1(01):1-9.
- Thursina, T., Fuad, Z., & Hafidhah, H. (2024). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Riyadh Store di Banda Aceh. *Jurnal Syariah dan Konsumen*, 12(2), 45-56.
- Untarini, N. (2023). Pelatihan Manajemen Usaha dan Etika Bisnis Santripreneur pada Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Kota Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan dan Bisnis Islam*, 7(4), 67-79.
- Wibowo, R., & Astuti, F. (2023). Korelasi Etika Bisnis dan Pengelolaan Konflik dengan Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Keluarga. *Jurnal Manajemen Konflik*, 8(1), 90-101.
- Widodo, N., & Prameswari, R. (2024). Pengaruh Etika Bisnis pada Bisnis F&B terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Perkotaan. *Jurnal Bisnis dan Masyarakat Perkotaan*, 12(3), 112-126.
- Wiranata, A., & Suryadi, N. (2024). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Impulse Buying dengan Shopping Emotion sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Psikologi dan Konsumen*, 15(2), 77-88.
- Wicaksono, Y., & Damayanti, P. (2023). Pengaruh Pengelolaan Etika Bisnis terhadap Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Reputasi dan Etika Bisnis*, 11(1), 112-125.
- Wahyuni, S., & Nuraini, L. (2024). Implementasi Etika Bisnis dalam Perspektif Islam terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Retail di Jawa Timur. *Jurnal Retail Islam*, 8(2), 67-80.
- Zulkarnain, R. (2023). Etika Bisnis dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Teknologi. *Jurnal Teknologi dan Etika Bisnis*, 9(4), 123-135.