

Etika bisnis sebagai acuan meningkatkan kepuasan konsumen: (studi pada bisnis online)

Putri Yulia Salsabilla

Program studi Manajemen, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
e-mail: bellabella6377@gmail.com

Kata Kunci:

bisnis online, etika bisnis, kepuasan konsumen, teknologi digital

Keywords:

online business, business ethics, consumer satisfaction, digital technology

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. Belanja online kini menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen karena kemudahan dan variasi produk yang ditawarkan. bisnis online telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita. Platform seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses berbagai produk dengan beragam pilihan pembayaran, mulai dari transfer bank hingga pembayaran di tempat. Namun, di balik kemudahan ini, terdapat tantangan tersendiri bagi para pelaku bisnis untuk menjaga integritas dan kepercayaan konsumen. Etika bisnis menjadi semakin

penting untuk memastikan bahwa transaksi yang terjadi secara online berjalan dengan lancar dan adil. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis, para penjual dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya meraih kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.

ABSTRACT

The development of digital technology has drastically changed the business landscape. Online shopping is now the top choice for many consumers due to the convenience and variety of products offered. online business has become an inseparable part of our lives. Platforms such as Lazada, Shopee, Tokopedia, and Bukalapak offer convenience for consumers to access various products with a variety of payment options, ranging from bank transfers to on-site payments. However, behind this convenience, there are challenges for businesses to maintain integrity and consumer trust. Business ethics has become increasingly important to ensure that online transactions run smoothly and fairly. By applying the principles of business ethics, sellers can build a good reputation, increase customer loyalty, and ultimately achieve sustainable business success.

Pendahuluan

Dalam era globalisasi, terjadi banyak perkembangan, terutama di bidang teknologi. Internet telah menjadi bagian yang tidak asing lagi bagi semua orang. Segala sesuatu yang kita butuhkan kini dapat dicari melalui internet. Salah satu tren yang sedang populer saat ini adalah bisnis online atau toko online. Perdagangan melalui internet atau media telekomunikasi sangat diminati oleh masyarakat. Toko online memberikan kemudahan dalam gaya hidup masyarakat, di mana segala kebutuhan dapat diakses melalui internet. Teknologi informasi dan telekomunikasi berdampak besar pada banyak aspek kehidupan dan menjadi sektor yang berkembang paling cepat.

Pertumbuhan perdagangan melalui toko online memungkinkan penyediaan layanan jasa dan barang dengan cepat sesuai keinginan konsumen. Kehadiran internet memudahkan proses transaksi antara pembeli dan penjual. Dahulu, sebelum adanya



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

internet, pemasaran produk atau jasa dilakukan di tempat usaha seperti toko fisik, mal, dan lainnya. Namun, sekarang dengan internet, berjualan apa pun bisa dilakukan secara online dan mampu menjangkau seluruh dunia. Siapa pun dapat mengakses internet kapan saja dan di mana saja, seperti di rumah, kampus, jalan, atau tempat lainnya. Perbedaan utama antara berjualan online dan offline terletak pada cara berjualannya. Pada penjualan offline, calon pembeli harus datang langsung ke lokasi penjual, sementara dengan penjualan online, pembeli tidak perlu lagi mengunjungi toko fisik. Mereka cukup mengakses internet atau membuka situs web untuk berbelanja.

Bisnis adalah aktivitas yang dijalankan oleh individu atau organisasi yang mencakup proses produksi, pembelian, penjualan, atau pertukaran barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Perkembangan pesat teknologi informasi memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara cepat. Seiring dengan kemajuan tersebut, bisnis juga mengalami pertumbuhan signifikan, mulai dari model bisnis sederhana yang melibatkan pertemuan langsung antara pembeli dan penjual, hingga berkembang ke bentuk-bentuk yang lebih kompleks di mana promosi, penawaran, pengiriman, dan pembayaran kini dapat dilakukan secara online. Sarwandy (2010:54) Pada belanja online, proses transaksi secara umum mirip dengan transaksi yang dilakukan di toko fisik. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan; di toko fisik kita berinteraksi dengan manusia secara langsung, sedangkan di situs belanja online, interaksi dan proses layanan ditangani oleh sistem otomatis atau mesin. Situs belanja online berfungsi sebagai platform digital yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk atau jasa melalui internet dengan mudah, tanpa harus datang ke toko fisik. Proses transaksi di situs belanja online difasilitasi oleh form atau aplikasi yang sudah dirancang sedemikian rupa untuk memudahkan konsumen. Toko online menawarkan berbagai pilihan produk untuk konsumen, mulai dari pakaian untuk semua usia hingga barang elektronik seperti handphone, kulkas, mesin cuci, televisi, dan laptop, dengan beragam harga sesuai kualitas. Toko online juga sering memberikan diskon, bahkan bebas ongkir, untuk menarik minat pembeli. Penjual juga menyediakan video detail produk agar konsumen dapat memahami kualitas sebelum membeli, semuanya demi meningkatkan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah elemen kunci dalam menentukan keberhasilan sebuah bisnis. Agar dapat bertahan dan berkembang, perusahaan perlu peka terhadap perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Menurut Kotler (2013:35), ada beberapa tingkat kepuasan yang dapat dialami konsumen berdasarkan perbandingan antara harapan dan kinerja perusahaan. Jika kinerja perusahaan berada di bawah ekspektasi konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa karena apa yang mereka terima tidak sesuai dengan harapan. Sebaliknya, jika kinerja perusahaan sesuai dengan harapan konsumen, mereka akan merasa puas karena layanan atau produk yang diterima memenuhi standar yang mereka harapkan. Namun, apabila kinerja perusahaan mampu melebihi harapan, konsumen akan merasa sangat puas, bahkan bisa merasakan kegembiraan atau kebahagiaan yang luar biasa. Dalam kondisi ini, konsumen cenderung loyal dan bersedia merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Dengan ini, perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitas layanan atau produk mereka untuk tidak

hanya memenuhi, tetapi jika memungkinkan, melampaui ekspektasi konsumen agar dapat menciptakan pengalaman yang positif dan berkesan.

Menurut Muslich (2004:9), etika bisnis adalah ilmu yang mengatur dan mengelola bisnis dengan mempertimbangkan moralitas yang diakui secara universal. Membahas moralitas berarti membahas sikap, perilaku, dan tindakan antara produsen dan konsumen. Norma-norma moral ini menjadi standar untuk menilai apakah tindakan individu atau kelompok dianggap baik atau buruk. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis sangat penting, termasuk dalam bisnis online atau toko daring. Meskipun bisnis online atau toko daring memberikan banyak kemudahan, tidak sedikit penjual yang mengabaikan etika dan norma moral dengan melanggar aturan demi keuntungan pribadi. Tindakan ini sering kali merugikan diri sendiri dan orang lain. Contohnya, beberapa penjual di online shop mengunggah gambar atau foto produk yang tidak sesuai dengan kondisi aslinya. Kajian ini penting untuk mengeksplorasi peran etika bisnis dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di toko daring.

Pembahasan

Peranan etika dalam bisnis online

Etika bisnis dalam menjalankan toko online memiliki peran yang sangat penting, karena etika menjadi dasar utama dalam memajukan sebuah perusahaan. Tanpa adanya etika, aktivitas bisnis mungkin akan sulit berkembang, bahkan tidak mampu bertahan atau berjalan dengan lancar. Sebaliknya, etika membantu dalam menyelesaikan permasalahan dengan cara yang adil, tanpa merugikan pihak mana pun. Dengan menerapkan etika yang baik, para pelaku bisnis dan konsumen dapat dengan jelas membedakan tindakan yang benar dan yang salah.

Etika bisnis juga berkontribusi dalam menciptakan rasa nyaman bagi konsumen saat berbelanja melalui situs online. Oleh karena itu, toko online yang baik perlu memiliki etika dan tanggung jawab sosial yang sejalan dengan fungsinya. Dalam bisnis online, perhatian yang konsisten terhadap etika sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis, terutama dalam hal memaksimalkan keuntungan. Banyak toko online atau perusahaan menghadapi dilema moral, namun dengan mengutamakan etika, mereka dapat menyelesaikannya secara bermoral dan tetap meraih keuntungan yang memadai. Toko online yang dikenal memiliki budaya etis yang tinggi cenderung lebih sukses dan dipercaya oleh konsumen.

Pengaruh etika bisnis dalam bisnis online

Pengaruh etika bisnis dalam dunia toko online sangat signifikan, terutama dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat. Teknologi memungkinkan perdagangan online dapat diakses secara luas dan dari mana saja, sehingga memperluas jangkauan pasar. Dari perspektif organisasi, penerapan etika bisnis dapat menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, di mana setiap pihak merasa dihargai dan tidak saling iri. Hal ini juga mendorong persaingan yang lebih sehat, tanpa adanya kecurangan. Dengan demikian, produsen dan konsumen dapat menjalin kerja sama yang baik, membangun hubungan yang transparan dan saling percaya.

Dalam bisnis online, etika bisnis berperan penting dalam menjaga integritas hubungan antara produsen dan konsumen. Dengan menerapkan etika yang baik, produsen dapat melihat perilaku konsumen secara lebih jujur, misalnya apakah mereka melakukan transaksi dengan niat yang baik atau cenderung curang. Di sisi lain, produsen juga harus bertindak secara etis dalam menilai konsumen, misalnya menentukan apakah mereka layak untuk diajak bekerja sama dalam transaksi. Salah satu aspek penting dalam bisnis online adalah menjaga kepercayaan konsumen. Contoh pelanggaran yang sering terjadi adalah ketika konsumen sudah membayar dan mentransfer uang untuk barang yang dipilih, tetapi produsen tidak mengirimkan barang tersebut. Situasi ini menunjukkan betapa pentingnya etika dalam bisnis online untuk menghindari penipuan dan membangun reputasi yang baik. Dengan etika yang kuat, produsen dapat memastikan bahwa setiap transaksi berjalan lancar, mengutamakan kejujuran, dan menjaga kepuasan konsumen. Etika bisnis atau moral memiliki pengaruh yang kuat dalam kehidupan masyarakat, karena berkaitan erat dengan aspek-aspek yang berdampak besar pada kesejahteraan individu maupun kelompok. Dalam bisnis online, ada banyak keuntungan yang bisa dirasakan. Penjual tidak perlu memiliki toko fisik, sehingga bisa mengurangi biaya operasional. Bagi konsumen, belanja online menghemat waktu dan tenaga karena tidak perlu berkeliling mencari toko secara langsung. Pada bisnis online, pengguna cukup membuka situs web, memilih barang yang diinginkan dari berbagai pilihan yang tersedia, dan menikmati kemudahan dalam proses pembayaran yang praktis dan cepat.

Hubungan etika bisnis dengan tingkat kepuasan konsumen

Jika prinsip-prinsip etika bisnis diterapkan dengan baik, konsumen akan merasa puas. Pelanggan memegang peranan penting dalam kesuksesan setiap bisnis, baik besar maupun kecil. Ungkapan "the customer is king" tidak hanya sekadar slogan untuk menarik lebih banyak pembeli, melainkan juga mencerminkan tugas utama bagi produsen atau penyedia jasa, yaitu memberikan kepuasan kepada konsumen. Pelanggan dianggap sebagai "raja" dalam arti bahwa mereka adalah prioritas utama yang harus dilayani dan menjadi fokus utama dari setiap aktivitas produsen.

Ungkapan ini menegaskan bahwa tujuan utama bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memastikan kepuasan mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan Peter Drucker, seorang perintis teori manajemen, yang menekankan peran sentral konsumen. Drucker berpendapat bahwa esensi dari sebuah bisnis dapat didefinisikan secara tepat sebagai "menciptakan pelanggan." Ini berarti bahwa keberhasilan bisnis sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas dan etika bisnis yang baik. Dengan demikian, keberhasilan jangka panjang suatu bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari bagaimana perusahaan mampu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, memastikan mereka puas, dan menciptakan loyalitas di antara mereka.

Konsumen harus diperlakukan dengan baik secara moral, bukan hanya karena ini adalah tuntutan etis, tetapi juga merupakan syarat penting untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis. Seperti banyak aspek lain dalam etika bisnis, etika dalam hubungan dengan konsumen berjalan seiring dengan keberhasilan bisnis. Memperhatikan etika dalam

interaksi dengan konsumen harus dianggap sebagai elemen mendasar yang menguntungkan bisnis itu sendiri (Bertens, 2013:247).

Kesimpulan dan Saran

Penerapan etika bisnis dalam dunia bisnis online untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Etika bisnis, yang meliputi prinsip kejujuran, keadilan, dan saling menguntungkan, berperan penting dalam membangun kepercayaan dan reputasi yang baik di antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam bisnis online, tantangan seperti ketidaksesuaian produk, risiko penipuan, serta masalah keamanan data menjadi hal yang sering terjadi. Namun, dengan menerapkan etika bisnis yang kuat, pelaku usaha dapat menciptakan pengalaman belanja yang positif, membangun loyalitas pelanggan, serta memperkuat hubungan yang transparan dan saling percaya.

Sebagai saran, pelaku usaha perlu menjaga kejujuran dalam penyajian informasi produk, meningkatkan sistem keamanan untuk melindungi data konsumen, serta memastikan kualitas pelayanan dan pengiriman yang optimal. Penyediaan layanan pelanggan yang responsif juga sangat diperlukan untuk menangani keluhan secara cepat dan efektif. Selain itu, edukasi mengenai hak dan kewajiban baik bagi konsumen maupun pelaku usaha dapat membantu menciptakan ekosistem bisnis online yang lebih adil dan terpercaya. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan bisnis online dapat mencapai keberlanjutan sekaligus meningkatkan kepuasan konsumen secara maksimal.

Daftar Pustaka

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Konsumen Gojekkepuasan Pelanggan Gojek. *Jupe*, 8(3), 86-94. (n.d.).
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/Bisnis.V3i1.1463>
- Bertens, K, 2013, Pengantar Etika Bisnis, Edisi Revisi, Jakarta: Kanisius. Kebijakan, Jakarta: Bumi Aksara. Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1).
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, Erlangga.
- Khusnudin, K. (2023). Metode menentukan mitra bisnis pada komunitas tanpa riba di Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2423-2430. <http://repository.uin-malang.ac.id/16554/>
- Muslich, Mohammad, 2004, *Manajemen Keuangan Modern, Analisis Perencanaan dan Salvatore*, Dominick, 2005, *Managerial Economic*, edisi kelima, Salemba Empat.
- Sarwandy, 2010, *Toko Online Modern dengan Opencart*, Jakarta: PT Elexmedia Komputindo.

- Subekhi, I., & Hadibrata, B. (2020). The Effect Of Price, Quality Of Service, Brand Image Of Internet Product Vsat Ip Broadband Quota To Alfamart Customer Satisfaction. 2(1), 162-171.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Santoso, M. B. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, 3(1).
- Surajiyo. (2023). Teori-Teori Etika Dan Prinsip Etika Bisnis, Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Desain & Aplikasi Bisnis Teknologi (Senada), Vol.6, (259-265).
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa -Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.