

ETIKA BISNIS DAN DAMPAKNYA PADA KUALITAS LAYANAN DALAM HUBUNGAN PELANGGAN

Afriyadi *¹

Angeline ²

Dinda Tiara Kasih ³

Devi Arvina ⁴

Lusiana Waruwu ⁵

Nabilah Rizki Habibah ⁶

Nita Oktiuri Mendrofa ⁷

Wisnu Akmal Al Fauzan ⁸

Yovirga Fachrisma ⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Program Studi Akuntansi STIE Pembangunan Tanjungpinang

*e-mail : alfauzan193@gmail.com

Abstrak

Etika bisnis merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Kualitas layanan dan usaha dalam membangun hubungan dengan pelanggan juga menjadi faktor kunci dalam mencapai keberhasilan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara etika bisnis, kualitas layanan, dan usaha dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Peneliti menggunakan metode kepustakaan secara deskriptif dalam penelitian ini. Hasil yang kami dapatkan menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dapat mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan oleh organisasi, serta dapat memperkuat usaha dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Dengan kemajuan yang dirasakan dalam berbagai bidang termasuk bisnis, etika bisnis dapat menjadi faktor yang membedakan sukses dan kegagalan sebuah bisnis. Relationship effort yang baik dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas para pemangku kepentingan terhadap perusahaan, sehingga membantu meningkatkan kinerja dan keberhasilan bisnis jangka panjang. Namun, relationship effort harus dilakukan dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang tepat, seperti integritas, transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Perusahaan harus memperlakukan para pemangku kepentingan dengan adil dan menghargai hak-hak mereka, termasuk hak atas privasi, keamanan, dan kesehatan. Relationship effort dalam etika bisnis bukan hanya tentang memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, tetapi juga tentang memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara etis dan bertanggung jawab dalam seluruh aspek bisnisnya.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Kualitas Layanan, Hubungan Pelanggan

Abstract

Business ethics is an important aspect that must be considered in conducting business activities. Service quality and efforts in building relationships with customers are also key factors in achieving business success. This study aims to explore the relationship between business ethics, service quality, and efforts in building relationships with customers. The research method used is a literature analysis of related studies. The results show that the application of business ethics can influence the quality of services provided by the organization and can strengthen efforts in building relationships with customers. In the increasingly complex and competitive modern business context, business ethics can be a factor that distinguishes the success and failure of an organization. Good relationship efforts can strengthen stakeholders' trust and loyalty towards the company, thereby helping to improve long-term business performance and success. However, relationship efforts must be conducted with appropriate business ethics principles, such as integrity, transparency, honesty, and social responsibility. Companies must treat stakeholders fairly and respect their rights, including the right to privacy, security, and health. Relationship efforts in business ethics are not only about strengthening relationships with stakeholders but also about ensuring that the company operates ethically and responsibly in all aspects of its business.

Keywords: Business Ethics, Service Quality, Customer Relationships

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas layanan dan hubungan dengan pelanggan menjadi faktor kunci keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis. Namun,

untuk mencapai tujuan tersebut, prinsip-prinsip dan nilai-nilai etika bisnis yang berlaku tidak boleh dilupakan (Gumilar, 2017). Kualitas layanan dan hubungan dengan pelanggan menjadi perihai penting dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan sebuah perusahaan yang memiliki etika bisnis yang kuat dan terintegrasi dalam kegiatan operasionalnya, mampu membangun hubungan yang berkelanjutan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Salah satu aspek kunci dari etika bisnis adalah kualitas layanan dan upaya hubungan yang baik dengan pelanggan. Pentingnya kualitas layanan dan hubungan yang baik dengan pelanggan mampu memainkan peran penting dalam menciptakan kepuasan jangka panjang. Mengingat dunia bisnis yang semakin kompetitif, menjaga kepercayaan, loyalitas, dan profitabilitas menjadi kunci bagi pertumbuhan dan kesuksesan industri manapun. Terdapat banyak perusahaan yang mati karena hilangnya loyalitas dari pelanggan atau karyawan, seperti: 1) Blockbuster tidak dapat bersaing dengan platform streaming seperti Netflix yang memberikan kemudahan akses dan harga lebih murah kepada pelanggannya; 2) Nokia yang pernah menjadi pemimpin pasar ponsel selama bertahun-tahun, tetapi mereka tidak mampu menanggapi perubahan pasar dan tren, seperti munculnya smartphone dan terpaksa menjual bisnis mereka ke Microsoft (Wibowo et al., 2022).

Konteks etika bisnis penting untuk mempertimbangkan bagaimana kualitas layanan dan hubungan pelanggan dikelola dengan cara yang etis dan profesional. Upaya hubungan yang baik dengan pelanggan termasuk dalam hal ini adalah memberikan layanan yang berkualitas tinggi dengan cara yang transparan, jujur, dan adil. Hal ini juga termasuk dalam memastikan bahwa pelanggan merasa didengar dan dipenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara yang menghormati kepentingan bisnis. Hubungan pelanggan bagi bisnis modern memberikan dampak pada bentuk reputasi yang baik dan mencapai keberhasilan jangka Panjang (Afifah et al., 2021). Hal tersebut mengingat bisnis yang beretika akan mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam bisnis dan akan berusaha untuk mencapai kesepakatan yang adil dan saling menguntungkan dengan pelanggan mereka. Perusahaan harus menunjukkan kesungguhan dan konsistensi dalam prakteknya, serta memperhatikan dampak dari setiap keputusan bisnis terhadap berbagai pihak yang terkait (Syarkani, 2017).

Permasalahan

merupakan dasar dari kemampuan sebuah perusahaan untuk bertahan, tumbuh, dan menjadi menguntungkan melalui strategi pemasaran yang ofensif, defensif, dan interaktif. Namun sayangnya, ketika merek tersebut mati atau kehilangan loyalitas dan profitabilitasnya menurun, seringkali tidak disadari bahwa merek tersebut mati karena dipengaruhi oleh praktik pemasaran yang salah dan kehilangan loyalitas karena kesalahan dalam strategi pemasaran yang dilakukan. Untuk menciptakan nilai, mempertahankan pelanggan, dan mendorong pembelian ulang, *relationship marketing* (RM) perlu diterapkan di seluruh bagian perusahaan. Dengan menjalin hubungan baik dengan pemasok, distributor, pesaing, dan karyawan melalui penggunaan *relationship marketing* (RM).

Perusahaan dapat menciptakan nilai bagi pelanggan di semua operasinya dengan merespon permintaan pelanggan dan menyediakan pengalaman interaktif yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta mengeksplorasi biaya layanan yang lebih efisien dan menawarkan kualitas layanan yang lebih baik dari pesaing. Namun, menjaga etika bisnis dalam kualitas layanan dan hubungan dengan pelanggan tidaklah mudah dibutuhkan pengkajian lebih lanjut dalam Etika Bisnis sebagai *Power Kualitas Layanan Relationship Effort*.

Berdasarkan paparan di atas, diperlukan kajian mengenai analisis etika bisnis yang dikorelasikan terhadap *Relationship Effort*.

Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah: a) mendeskripsikan penerapan etika bisnis dapat mempengaruhi kualitas layanan dalam suatu usaha; b) menjelaskan prinsip etika bisnis yang dapat

diterapkan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan; dan c) menemukan strategi *Relationship effort* untuk mengurangi pailit usaha. Pentingnya etika bisnis dalam menjaga kualitas layanan dan hubungan dengan pelanggan, serta upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mengintegrasikan etika bisnis dalam kegiatan operasionalnya. Diharapkan, artikel ini dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas dan konkret mengenai hubungan antara etika bisnis dan kualitas layanan, serta memberikan gambaran mengenai praktik-praktik terbaik yang dapat diadopsi oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan secara deskriptif analitis dengan sumber yang berasal dari jurnal. Metode penelitian melalui kajian kepustakaan adalah pendekatan yang memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi dan data dari sumber-sumber literatur yang relevan dan terpercaya, jurnal ini disusun bertujuan untuk memberikan wawasan tambahan mengenai bagaimana etika bisnis berdampak pada kualitas layanan dalam hubungan pelanggan menurut pandangan penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan Etika Bisnis Dalam Mempengaruhi Kualitas Layanan Dalam Suatu Usaha

Etika bisnis sangat penting dalam mempengaruhi citra dan reputasi suatu usaha maupun perusahaan dalam memberikan kepercayaan kepada pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat umum. Hal ini selaras dengan teori etika utilitarianisme yang memandang bahwa tindakan yang diambil harus memaksimalkan kebahagiaan dan keuntungan bagi sebanyak mungkin orang. Dalam bisnis, teori ini dapat memandu organisasi untuk mengambil keputusan yang menghasilkan hasil yang paling menguntungkan bagi sebanyak mungkin orang, termasuk karyawan, konsumen, pemegang saham, dan masyarakat pada umumnya. Konteks tersebut mengindikasikan etika bisnis sebagai prinsip-prinsip moral dan perilaku yang menuntun bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, karyawan, pemasok, komunitas, lingkungan, dan pihak-pihak lain yang terlibat dalam kegiatan bisnisnya.

Fokus praktik-praktik yang dilakukan menjunjung tinggi aspek tanggung jawab serta menghargai kepentingan semua pihak yang terlibat dalam operasi bisnis. Praktik etika bisnis yang baik meliputi: 1) transparansi dalam membuka informasi secara jujur dan terbuka kepada stakeholder perusahaan, termasuk pelanggan, karyawan, dan pemegang saham; 2) integritas dalam menjaga kejujuran dan konsistensi dalam perilaku dan keputusan bisnis; 3) tanggung jawab sosial dalam mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan bisnis dan bertanggung jawab atas tindakan perusahaan; 4) perlakuan adil dan setara terhadap karyawan dan pelanggan; 5) mempertimbangkan keberlanjutan dan kesinambungan bisnis dalam jangka panjang; 6) menjaga hak asasi manusia dan mencegah diskriminasi dalam keputusan bisnis; 7) serta mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku. Penerapan yang baik mampu membantu membangun kepercayaan dan reputasi baik bagi perusahaan, serta memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis ini, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan citra yang baik di mata masyarakat dan meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Pentingnya etika bisnis dalam perusahaan dapat mempengaruhi reputasi, kepercayaan, dan keberhasilan perusahaan secara keseluruhan. Etika yang kuat dan konsisten dapat membantu menciptakan kepercayaan dan kepercayaan pelanggan, investor, dan pemangku kepentingan lainnya dalam perusahaan. Dengan demikian, citra dan reputasi perusahaan dapat meningkat, sehingga dapat memengaruhi daya tarik perusahaan sebagai mitra bisnis atau pilihan bagi calon karyawan.

B. Prinsip Etika Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Bisnis

Prinsip etika bisnis memiliki pengaruh yang sangat besar dalam bisnis. Etika bisnis merupakan seperangkat nilai, prinsip, dan standar perilaku yang diikuti oleh perusahaan dan karyawan dalam

melakukan kegiatan bisnis. Prinsip etika bisnis yang baik dapat membantu perusahaan untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat, memperbaiki citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan karyawan, pelanggan, dan masyarakat, serta meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan (Kusmiarti, 2020). Karakter dan moralitas individu merupakan faktor utama dalam prinsip pengambilan etika bisnis yang dapat memandu perusahaan untuk memilih pemimpin dan karyawan yang memiliki integritas dan moralitas yang kuat. Prinsip-prinsip etika bisnis dapat membangun reputasi baik dan meningkatkan kepercayaan pelanggan mereka, sehingga dapat membantu meningkatkan kualitas layanan bisnis yang dapat membantu meningkatkan kualitas layanan bisnis, di antaranya: 1) Integritas dalam bisnis yang bertindak dengan jujur dan adil dalam semua transaksi bisnisnya. Hal ini termasuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan; 2) Keterbukaan dan transparansi dalam semua aspek operasinya dan bersedia untuk berkomunikasi dengan pelanggan mereka tentang masalah atau kekhawatiran yang mungkin timbul; 3) Tanggung jawab sosial dari dampak sosial dan lingkungan operasi mereka. 4) Menghormati hak individu termasuk hak pelanggan, karyawan, dan rekan bisnis mereka; 5) Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan berkualitas dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan; 6) Mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku dan tidak melanggar hak-hak pelanggan atau masyarakat; 7) selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan dan mencari cara baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka.

Perusahaan yang berpedoman pada prinsip etika bisnis yang baik akan memiliki manfaat yang besar dalam jangka panjang, seperti meningkatkan kepercayaan pelanggan, meningkatkan produktivitas karyawan, membangun hubungan yang kuat dengan pemasok dan mitra bisnis, meningkatkan citra perusahaan, dan meminimalkan risiko hukum. Prinsip etika bisnis membantu memastikan bahwa bisnis beroperasi dengan cara yang adil dan jujur, dan mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat. Hal ini dapat mendorong kolaborasi dan kerja sama yang lebih baik antara bisnis dan mitra bisnis, serta membangun hubungan yang lebih kuat dan saling menguntungkan. Standar moral yang mengatur perilaku bisnis dalam konteks sosial dan budaya harus melibatkan pertimbangan terhadap masalah moral dalam aktivitas bisnis dan mempromosikan nilai-nilai moral yang baik dalam tindakan bisnis.

C. **Strategi *Relationship Effort* Untuk Mengurangi Pailit Usaha**

Relationship effort sebagai upaya hubungan dalam konteks usaha dan perusahaan merujuk pada berbagai tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan yang baik dengan para pelanggan, mitra bisnis, dan pihak terkait. Upaya hubungan meliputi berbagai tindakan seperti 1) memberikan pelayanan yang baik; 2) mendengarkan umpan balik pelanggan; 3) memberikan dukungan teknis; 4) mengadakan acara promosi dan; 5) menjaga komunikasi terbuka dengan pelanggan dan mitra bisnis. Tujuan utama dari *Relationship effort* untuk menciptakan kepercayaan, loyalitas, dan retensi pelanggan, serta membangun reputasi baik (C. W., 2006). Untuk mempertahankan pelanggan membutuhkan usaha lebih karena lebih sulit daripada untuk menemukan para pelanggan baru. Oleh karena itu, berbagai perusahaan menjaga *Relationship effort* agar pelanggan lama tetap berlangganan dan perusahaan dapat tetap memperluas jaringan mereka (Maulidya et al., 2019). Dengan meningkatkan *Relationship effort* dengan pelanggan dan mitra bisnis, perusahaan dapat memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan penjualan, dan memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam jangka panjang. Penerapan strategi *Relationship effort* dapat membangun hubungan kuat dengan *customer*, mitra bisnis, dan pemasok sehingga mengurangi risiko pailit usaha dan mempertahankan keberlangsungan bisnis.

KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis dapat mempengaruhi kualitas layanan dalam suatu usaha. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan aspek moral dan nilai, tetapi juga dapat memengaruhi kinerja dan keberhasilan bisnis. Ketika sebuah bisnis menerapkan etika bisnis

yang baik, seperti integritas, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan keterbukaan, maka ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan, sehingga mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan oleh bisnis. Terdapat prinsip etika bisnis yang dapat diterapkan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan. Beberapa prinsip etika bisnis yang dapat diterapkan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan antara lain, memberikan pelayanan yang jujur dan transparan kepada pelanggan, memperhatikan kebutuhan dan kepentingan pelanggan, dan menjamin privasi dan keamanan data pelanggan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, suatu usaha dapat mengoptimalkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Strategi Relationship effort dapat digunakan untuk mengurangi pailit usaha. Relationship effort adalah strategi yang fokus pada membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan, dengan cara memberikan pelayanan yang memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, serta berkomunikasi secara terbuka dan jujur dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan pihak terkait lainnya dapat membantu mengurangi risiko kebangkrutan atau pailit usaha. Dalam keseluruhan, penerapan etika bisnis dan prinsip-prinsip yang terkait dengan etika tersebut dapat membantu usaha meningkatkan kualitas layanan dan meminimalkan risiko kebangkrutan atau pailit.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- C. W., U. (2006). RELATIONSHIP EFFORT DAN KUALITAS LAYANAN SEBAGAI STRATEGI PENGUAT RELATIONSHIP OUTCOMES (Sebuah Tinjauan Konseptual dalam Bisnis Ritel Modern di Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 22–34. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/16409>
- Gumilar, A. (2017). Etika Bisnis Dalam Nilai-Nilai Islam. *ADBIS: Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*, 1(2), 121–134.
- Kusmiarti, P. (2020). Implementasi Etika Bisnis Dan Good Corporate Governance Pada Perkebunan Kelapa Sawit Pt. Bumitama Gunajaya Agro. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(3), 196–210. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i3.91>
- Maulidya, R. N., Kosim, A. mulyadi, & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor. *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 221–240.
- Syarkani, S. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Panca Konstruksi Di Kabupaten Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(3), 365–374. <https://doi.org/10.35972/jieb.v3i3.136>
- Wibowo, I. A., Kom, M., & Si, M. (2022). *Transformasi Ekonomi Digital*. Yayasan Prima Agus Teknik.