PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS DI CV. INDONESIA MOBILE SYSTEM (M-PULSA) TERHADAP KARYAWAN DAN PELANGGAN

Feris Goldyn Alaraaf[1] Sugi Kuswardijah[2] Wulandari Harjanti[3]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

ABSTRACT

Implementing ethical behavior in daily activities is a moral act of a positive person. It is not merely applied for individual, but it can be used and applied to companies that needed to grow and survive consistently. Ethics in business create comfort not only for customers as consumer of the goods and services provided, but comfort is also felt by all parts of the workers involved in a company. Once all workers are comfortable at work, customers' services will improve automatically as well. In a company that runs a business, customers are determinants whether a company is able to survive and continue to thrive in the midst of fierce business competition or not. For companies, customer service is an important point in the process of creating an impression to consumers or providing a close bond with consumers to be loyal to the products offered. This study was conducted in CV. Indonesia Mobile System where this company made a system of order behave the scope of the company which impacted on improving services to consumers and affects to all people who were using the company's products. This study aimed to find out the success of CV. Indonesia Mobile System which has created a customer service ethics system and obtained the consumers' and employee level of satisfaction in cooperate. This research used a descriptive research method with a qualitative approach, a method that collected data by interacting directly with respondents.

Keywords: *Ethics, Customer Service, Cv. Indonesia Mobile System*

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan di bangun sudah pasti untuk mencari laba atau keuntungan financial. Keuntungan yang di dapatnya pun bukan berarti dengan menghalalkan segala cara, tetapi harus dengan melalui sebuah peristiwa yang baik dan benar. Perusahaan yang baik itu perusahaan yang beretika, etika dalam perusahaan sangat di perlukan karena dapat di artikan sebagai pedoman atau landasan norma secara tidak tertulis, guna keberhasilan dalam menjalankan perusahaan.

Etika berperan penting dalam keberhasilan perusahaan, jika perusahaan tidak memiliki etika bukan tidak mungkin perusahaan tersebut akan

mengalami permasalahan. Sebagai gambaran, apabila ada perusahaan baru dan belum mendapatkan keuntungan dalam setahun sejak berdirinya perusahaan, banyak factor yang menyebabkan terjadinya perusahaan tersebut belum mendapatkan keuntungaan, salah satunya bisa jadi perusahaan tersebut tidak memiliki fondasi beretika di dalam menjalankan perusahaan tersebut. Atau gambaran kedua, ada sebuah perusahaan yang mencapai target keuntungan perusahaannya dalam setahun pendiriannya, kemudian di tahun berikutnya perusahaan tersebut tidak mancapai target keuntungan yang telah ditentukannya. Kejadian seperti ini, juga karena ada faktor dimana etika bisnis dalam perusahaan belum berjalan. Maka dari itu sebelum mendirikan sebuah perusahaan, sebaiknya visi misi dalam perusahaan berkaitan langsung dengan etika didalam berbisnis guna keberhasilan yang konsisten dalam pencapaian target perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya.

Perusahaan maju adalah perusahaan yang selalu berinovasi dalam bisnisnya, ciri-ciri perusahaan maju itu ialah yang dapat memanagemen perusahaannya dengan baik dan indentik pada pelanggan yang selalu setia dan loyal terhadap produk yang diberikan oleh perusahaan. Bagi sebuah perusahaan yang menjalankan sebuah usaha, pelanggan adalah jalan menuju mampu tidaknya sebuah perusahaan itu untuk bertahan dan terus berkembang di tengah-tengah persaingan bisnis yang begitu ketat. Pelayanan yang sangat memuaskan bagi para pelanggan adalah kunci bagi perusahaan, istilah "konsumen adalah raja" merupakan dasar dari perusahaan yang ingin selalu memiliki pelanggan secara loyal.

M-pulsa atau CV. Indonesia Mobile System adalah sebuah perusahaan retail yang bergerak di bidang server pulsa yang melayani sebagai distributor dan juga agen pulsa multi operator, M-pulsa didirikan sejak tahun 2004 dan memiliki layanan pelanggan yang cukup mempuni dengan selalu berkembang mengikuti zaman

yang dapat di nikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia. Aktivitas transaksi yang di jalankan oleh m-pulsa adalah menggunakan system online, jadi m-pulsa memiliki sebuah perangkat lunak (komputer) yang terhubung dengan internet dan kemudian di operasikan oleh sdm (sumber daya manusia).

TINJAUAN PUSTAKA

Etika bisnis adalah sebuah perilaku yang bermoral. Pada dunia bisnis etika sebagai komponen penting yang perlu diperhatikan, karena dapat mengubah berbagai aspek individu di dalam perusahaan untuk menjadi lebih baik dan seluruh stake holder yang terkait pun akan merasakan dampak yang baik pula. Seperti para staf karyawan dan juga pada masyarakat yang notabene sebagai konsumen bagi perusahaan. Etika bisnis akan membuat nilai, norma, dan perilaku karyawan hingga pimpinan untuk mendirikan sebuah hubungan yang menjadi baik, adil, dan sehat.

Yosephus, Berpendapat bahwa etika bisnis secara hakiki merupakan Applied Ethics (Etika Terapan). Dalam arti lain etika bisnis merupakan wilayah penerapan prinsip-prinsip moral umum pada wilayah tindak manusia dibidang ekonomi, khususnya bisnis.

Budi Untung (2012) menyatakan bahwa sebuah etika bisnis adalah suatu pengetahuan tentang bagaimana tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memerhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi atau social.

Menurut Sumarni, 1998:21, Etika bisnis berkaitan dengan permasalahan dalam penilaian terhadap aktivitas dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran berusaha. Etika Bisnis merupakan pengetahuan ilmu perdagangan tentang tata cara mengatur dan mengelola bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas melalui penciptaan barang dan jasa untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Etika dalam berbisnis dapat menjadi beberapa bagian yang bertujuan, seperti :

1. Peningkatan kesadaran bermoral, jadi seorang pebisnis tidak hanya berfikir aktivitas operasional dan keuntungannya saja, tetapi juga pada sikap dan nilai yang perlu dimiliki.
2. Menjadikan batasan untuk para pebisnis, adalah perilaku beretika yang perlu dimiliki karena batasan yang akan menjadikan sebuah binis bergerak sebagaimana mestinya dan terhindar dari kecurangan.
3. Menjaga tatanan bersikap dan berperilaku dalam berbisnis. Di setiap bisnis memiliki standart operasionalnya sendiri untuk menjaga dan saling menghargai

antar privasi klien seperti, tranparansi data dengan sesuai kenyataan.

Ada pun beberapa prinsip etika yang dibutuhkan dalam berbisnis, seperti pada penjabaran berikut ini.

- Prinsip Kejujuran, hal penting yang terlihat sederhana namun merupakan kunci dari keberhasilan sebuah bisnis. Kejujuran harus sebagai dasar untuk seluruh aspek bisnis, baik dari pengusahan modern hingga konvensional. Umumnya bisnis yang tidak menerapkan kejujuran tidak akan bisa bertahan lama.
- Prinsip Integritas Moral, hal yang harus di sadari oleh seluruh civitas perusahaan untuk perlu dalam menjaga nama baik perusahaan, bukan hanya berbicara dalam hal pencitraan, akan tetapi sebuah kepercayaan yang akan membuat keberlangsungan hidup perusahaan terus berjalan.
- Prinsip Kesetiaan, adalah hal yang menjadi tolak ukur keseriusan dalam pekerjaan mulai dari atas maupun bawah selalu berkaitan, tetapi tidak melupakan visi dan misi perusahaan.
- Prinsip Otonomi, yang berkaitan pada sikap untuk keahlian yang dapat dengan cepat mengambil keputusan secara tepat, kemudian mempertimbangkan keputusan yang bijaksana juga penting. Kaitannya pada hal ini tentunya tidak terlepas dari aturan, tuntutan, situasi dan jenis bisnis.
- Prinsip Keadilan, keterlibatan semua pihak dimana semua harus ikut untuk berkontribusi dalam mendukung langsung maupun tidak langsung dalam keberhasilan sebuah bisnis. Prinsip yang juga termasuk kedalam hubungan internal maupun eksternalnya.
- Prinsip Saling Menguntungkan, dimana prinsip ini semua pihak harus mendapatkan manfaat dan tidak ada yang merasa dirugikan, kesemuanya harus mendapatkan keuntungan yang sama sesuai dengan apa yang dikerjakan

prinsip inilah yang akan mengakomodasi sifat dan tujuan bisnis.

Manfaat berbisnis dengan beretika untuk seluruh sumber daya manusianya yang terkait adalah sebagai berikut ini.

- Pengendalian diri
  Sebagai seorang pelaku bisnis, harus dapat mengendalikan dirinya sendiri agar pebisnis tidak memperoleh hal-hal yang sifatnya negative bagi perusahaan nantinya dalam bentuk apapun dari siapapun.
- Pengembangan Jati Diri
  Jika pebisnis memahami dan memiliki etika yang baik, maka pebisnis akan dapat membentuk jati diri dalam perusahaan sehingga akan berdampak pada perjalanan bisnis yang begitu lancar sampai pada tujuannya.
- Suasana persaingan sehat
  Persaingan dalam bisnis baik itu terjadi di dalam internal perusahaan maupun terjadi pada ekternal perusahaan, akan teratasi secara sehat apabila kesadaran dalam etika bisnis terpenuhi dan tanggung jawab dalam bisnis akan tercukupi.
- Sikap saling percaya
  Kepercayaan dalam bisnis itu penting pada tiap individu, sikap saling percaya akan membawa pengaruh yang positif pada bisnis.
- Kepentingan Bersama
  Dalam bisnis, mendahulukan kepentingan bersama akan membuat percepatan keberhasilan dalam berbisnis, dari pada kepentingan individu yang akan membuat bisnis tumbuh secara lambat.
- Kenyamanan dalam berbisnis
  Keutamaan dalam menjalankan bisnis adalah kenyamanan dalam menjalankan setiap aktivitas yang akan bertujuan untuk meningkatkan semangat juang dalam mencapainya.

Pengertian Pelayanan

Pelayanan ialah suatu tindakan menolong atau membantu untuk menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan atau diperlukan oleh orang lain seperti seorang pembeli. Pelayanan dapat diberikan kepada orang lain yang membutuhkan sebuah pertolongan untuk orang lain itu sendiri, dan apabila pertolongan tersebut telah terpenuhi itu akan menyebabkan permasalahan yang ada pada orang lain tersebut terselesaikan.

Pendapat para ahli mengenai arti dari pelayanan ;

- Suparlan (2000:35), Pelayanan itu ialah sebuah usaha memberikan bantuan ataupun pertolongan terhadap orang lain, baik dengan berupa materi atau juga non materi agar orang tersebut bisa mengatasi permasalahannya.
- Moenir (2005:47), penjelasan beliau adalah bahwa pelayanan itu ialah sebuah proses dari pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.
- Kotler (2003:464), Beliau menyebutkan bahwa sebuah pelayanan (Service) adalah suatu tindakan kinerja seseorang yang bisa diberikan terhadap orang lain. Pelayanan atau juga lebih dikenal dengan service bisa di golongkan menjadi dua bagian, yaitu;
    1. High contact service adalah sebuah kategori dari sebuah pelayanan jasa dimana hubungan antara konsumen dan juga penyedia jasa yang sangatlah tinggi, layanan jasa selalu dilibatkan oleh banyaknya proses yang dibutuhkan oleh konsumennya.
    2. Low contact service adalah kategori kebalikan dari high contact service yang dimana pelayanan jasanya tidaklah terlalu tinggi kelibatan hubungannya dengan si konsumen. Physical contact dengan konsumen terjadi hanya di front desk yang termasuk juga ke dalam kategori low contact service. Misalkan saja ialah lembaga keuangan.

Untuk mewujudkan etika yang baik dalam memberikan pelayanan, terdapat dua factor yang mempengaruhi.

- Faktor yang pertama, adalah factor yang terdapat pada manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia yang melayani pelanggan atau seseorang yang mempunyai tugas untuk melayani seperti seorang karyawan, harus mempunyai kemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat. Selain itu, karyawan harus terampil dalam berkomunikasi atau menguasai kemampuan berkomunikasi, tata krama sopan santun, beramah tamah dan bertanggung jawab

penuh terhadap pelanggan, serta memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik dalam memahami kebutuhan pelanggan.

- ❖ Faktor yang kedua dalam memberikan pelayanan yang terbaik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Prasarana dan sarana yang dimiliki harus didukung oleh kemajuan teknologi terkini dan teknologi ini juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualias pula.

Menurut Maine dkk (Nasution, 2004:101), Memberikan beberapa definisi tentang pelanggan yaitu:

- Pelanggan ialah seseorang yang tidak tergantung pada kita (orang yang tidak membutuhkan kita), tetapi kita yang tergantung padanya
- Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa keinginannya
- Jika penjual berargumentasi dengan pelanggan, tidak ada seorang penjual pun yang dapat menang dalam beragumen tersebut.
- Orang penting itu adalah pelanggan bagi seluruh penjual yang harus dihapuskan

Menurut Gasperz dalam (Nasution, 2004:101), Pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan dan manajemen perusahaan.

Menurut Lupiyoadi (2001:134) Pelanggan adalah seorang individu yang secara continue dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut.

Layanan pelanggan mempunyai banyak sekali peran penting yang terkandung bagi perusahaan. Peran terpenting yang dimilikinya adalah sebuah informan bagi pelanggan dan perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Masi, Siti Andrianningsih. A. (2017). Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kualitas pelayanan pada PT. Hasjrat Abadi (Toyota) untuk cabang bitung, yang menghasilkan bahwa nilai koefisien secara parsial menunjukan betapa berpengaruhnya etika bisnis yang

di terapkan pada PT. Hasjrat Abadi untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan, dari hasil koefisien determinasi juga menunjukan kalua peningkatan kualitas pelayanan pelanggan pada PT. Hasjrat Abadi dipengaruhi oleh penerapan etika bisnis, dan sisanya hanya dipengaruhi oleh factor lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa penerapan etika binis pada PT. Hasjrat Abadi untuk cabang bitung, sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pelanggan, ini akan berpengaruh kepada peningkatan pendapatan dari perusahaan.

Aldea. R (2018). Penerapan etika bisnis islam pada unit usaha The Gergaji Tangan yang meninjau dari empat prinsip-prinsip etika bisnis islam, penerapannya sudah cukup baik oleh si penjual. Sedikit yang kurang baik dari hasil observasi yang kurang penerapannya adalah prinsip keadilan, karena narasumber berpendapat bahwa masih ada penjual yang berdagang menawarkan barang dagangannya dengan harga yang berbeda kepada pembeli. Kemudian penerapan etika bisnis islam pada bidang produksi, distribusi, dan konsumsi kesemuanya sudah diterapkan dengan sangat baik oleh unit usaha The Gergaji Tangan penerapannya sudah sesuai dengan perspektif islam, yaitu berdagang tidak hanya memberikan kebutuhan, ketepatan, dan kepuasan pada para konsumen, melainkan juga karena menjadi sarana tempat ketaatan kepada Allah SWT.

Fauzan & Ida. N (2014). Penelitian yang dilakukan pada warung Bebek H Slamet untuk mengetahui apakah penerapan etika bisnis berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Hasil yang di dapat bahwasannya penerapan etika bisnis yang pertama di proporsikan pada keadilan, temuannya bahwa pengaruhnya negative tidak efektif di terapkan pada kepuasan pelanggan di warung Bebek H Slamet, kemudian pada proporsi kejujuran, dalam penelitiannya mendapatkan respon yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan yang terakhir adalah kepercayaan, dalam kepercayaan temuannya berpengaruh pada hasil yang positif dan berbuah signifikan pada kepuasan pelanggan warung Bebek H Slamet di kota Malang. Penerapan ketiganya yaitu keadilan, kejujuran, dan kepercayaan jika digabungkan hasilnya positif dalam penerapannya, variable kepercayaanlah yang sangat menonjol dalam kepuasan terhadap pelanggan yang di terapkan pada warung Bebek H Slamet kota Malang.

Thursina. T, Zaki. F, & Hafidhah. H. (2020). Penelitian dilakukan pada

toko Riyadh Store di Banda Aceh, yang ingin mengetahui hasil dari pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kepuasan pelanggan. Menggunakan variable penelitian pada keadilan, kejujuran, dan kepercayaan yang hasilnya menunjukan bahwa ketiga-tiganya dari variable jika dalam bersamaan mendapatkan pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun secara parcial varible kejujuran dan kepercayaan berpengaruh sangat dominan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan variable keadilan tidak mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap pelanggan.

Puspitasari, Laili. L. (2014). Penelitian mengenai tingkat profitabilitas perusahaan berdasarkan perspektif karyawan dengan penerapan etika bisnis islam pada unit usaha Rumah Yogurt, yang menghasilkan efetifnya menerapkan etika bisnis islam dalam miningkatkan profitabilitas perusahaan setidaknya ini penilaian dari mayoritas karyawan unit usaha Rumah Yogurt. Dengan pembuktian dari seluruh rata-rata skor kuisioner yang telah dilakukan kepada 30 karyawan, baik dari segi aspek etika manajemen, etika pemasaran, maupun etika lingkungan yang mendapat skor tinggi. Rumah yogurt memiliki pedoman etika bisnis islam yang dijadikan sebagai standart seluruh kegiatan operasional yang di yakini oleh sebagian besar karyawannya akan dapat meningkatkan tingkat profitabilitas apabila dijalankan dengan baik dan secara berkelanjutan.

Dyah. A. (2018). Melakukan penelitian terhadap strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari etika bisnis islam pada perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karangan Trenggalek, yang dilakukan karena adanya tingkat persaingan usaha sebegitu ketat dan kemudian permintaan pelanggan yang kritis menginginkan para pelaku bisnis untuk terus meningkatkan pelayanannya. Penerapan etika bisnis pada UD Batik Setia Jaya ini cukup baik dalam pelaksanaannya, hasil yang didapatkan diketahui bahwa menggunakan strageti pelayanan pemberian produk yang berkualitas kepada konsumen, kemudian ketepatan dalam waktu pemesanannya, cepat tanggap dalam memberikan bantuan kepada para pelanggan, memberikan jaminan kepada pelanggan, dan selalu berkomunikasi dengan baik kepada setiap pelanggan yang ada adalah tindakan yang dihasilkan dalam etika bisnis yang diterapkan cukup baik. Sementara bagi karyawan dalam etika bisnis islam, tidak adanya syarat-syarat khusus yang sesuai dengan strategi pelayanan dalam meningkatkan

kepuasan para pelanggan, hanya perlunya tanggung jawab penuh terhadap pesanan pelanggan dan melakukan pencatatan dengan baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu sebuah metode pengumpulan data yang memerlukan narasumber untuk berinteraksi dan mewawancarai serta didokumentasikan. Lexy J. Moleong (2017) berpendapat, wawancara adalah sebagai wadah untuk mencapai hasil tujuan tertentu untuk dapat diraih, bukan hanya sekedar hanya percakapan biasa saja tetapi harus memiliki isi dari topik yang di perbincangkan. Sugiyono (2013) menuturkan, dokumentasi itu adalah sebuah cara pengumpulan data yang objeknya bisa berupa benda seperti buku, majalah, dokumen, ataupun peraturan-peraturan dan sebagainya.

Metode yang dilakukan dalam penulisan penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara kepada setiap karyawan dari beberapa devisi dan juga kepada para pelanggan untuk mendapatkan data yang dapat dijadikan sebagai acuan kepuasan para karyawan dan juga pelanggan di CV. Indonesia Mobile System atau M-Pulsa.

HASIL

M-pulsa atau CV. Indonesia Mobile System memiliki beberapa karyawan dan juga pelanggan yang sudah beberapa tahun lamanya bekerja sama dengan M-pulsa. Wawancara yang dilakukan kepada setiap karyawan rata-rata memiliki jenjang karir yang cukup lama dalam sebuah perusahaan, sekitar 3 sampai 5 tahun lebih karyawan-karyawan m-pulsa berdedikasi pada perusahaan. Mereka mengatakan bahwa sistem kekeluargaan yang dibangun oleh perusahaan membuat setiap karyawan yang bekerja pada perusahaan ini merasa nyaman.

Salah satu karyawan m-pulsa yang bernama Bpk. Agus setiono, menuturkan bahwa dia adalah seorang pegawai tetap m-pulsa yang sudah mempunyai jenjang karir selama 13 tahun lamanya bekerja pada perusahaan ini. Iya menceritakan awal mula pekerjaannya sebagai seorang OB (officeboy) perusahaan kemudian diangkat menjadi seorang teller kemudian diangkat lagi menjadi seorang Operator pulsa hingga saat ini. Penuturannya mengenai m-pulsa, “banyak plus minus dalam menjalankan pekerjaannya, hanya memang sistem kekeluargaan yang dibuat oleh management membuat saya alhamdulilah betah sampai saat ini. Para atasan tidak pernah membeda-bedakan karyawan

dalam konteks sebagai seorang pekerja, semua sama di mata pemilik perusahaan. Fasilitas yang diberikan semua disama ratakan antar karyawan, yang membedakan hanya posisi jabatan dan gaji masing-masing". Selain Bpk Agus tsb ada labih dari 13 orang yang jenjang karirnya di atas 5 tahun.

Kemudian wawancara dilakukan kepada konsumen, disini terdapat beberapa server besar atau sebagai dalam jumlah banyak maupun dalam jumlah sedikit, sudah dapat dikategorikan sebagai pelanggan yang loyal akan jasa yang di berikan oleh perusahaan, karena dalam berbisnis adakalanya kita mendapatkan pencapaian yang kurang diharapkan oleh semua pebisnis. Sebagai contoh, agen id MS00034 yang berasal dari Surakarta Solo, telah bekerja sama dengan m-pulsa dan selalu konsisten dalam bertransaksi sejak tahun 06 november 2011, transaksi yang dilakukannya perhari mencapai lebih dari 500 ratus transaksi. Kemudian contoh kedua dengan agen id MS10010 yang beralamatkan di kota blora provinsi jawa tengah, telah tergabung menjadi agen dari m-pulsa atau keluarga m-pulsa sejak tahun 25 oktober 2013 dengan rata-rata perharinya transaksi mencapai lebih dari 1.000. Kedua agen id ini memiliki loyalitas kepada m-pulsa sangat tinggi, m-pulsa selalu menjaga loyalitas mereka seorang pelanggan yang telah lama memakai jasa dari perusahaan m-pulsa ini. Walaupun transaksi-transkasi yang mereka lakukan tidak terus-menerus meningkat jumlahnya, tetapi dengan adanya mereka yang tetap bertransaksi dari sejak awal mereka bergabung hingga saat ini. Justru ini yang menjadikan pelanggan tersebut terlihat loyal kepada perusahaan. Konsistensi dalam konteks terus menerus melakukan transaksi baik dengan cara setiap harinya ditawarkan dengan produk-produk murah, cepat dan berkualitas.

M-pulsa juga selalu memperbaharui sistem pelayanannya seiring berjalannya waktu, seperti pada saat ini m-pulsa sedang mengerjakan proyek aplikasi android yang juga terdapat pada appstore yang nantinya akan difungsikan sebagai kemudahan dalam mengakses pelayanan m-pulsa, prosesnya hanya dengan melakukan download aplikasi di handphone para customer sudah dapat mengakses produk-produk dan layanan-layanan dari m-pulsa dengan begitu mudah.

Poin-poin yang di dapatkan dari hasil wawancara untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan karyawan pada CV. Indonesia Mobile System yang menerapkan etika bisnis dalam perusahaan yaitu:

1. Keterbukaan untuk keadilan, kejujuran dan kepercayaan yang ditanamkan oleh pemilik usaha menjadikan perusahaan ini dapat kepercayaan dari internal perusahaan maupun eksternalnya.
2. Kepercayaan yang selalu dijaga mengakibatkan loyalitas dari semua pihak yang merasakan nyaman dan aman dalam melakukan kerja sama.
3. Totalitas dalam melayani, akan berimbas pada kepuasan pelanggan yang akan terus selalu loyal terhadap produk yang ditawarkan.
4. Berimprovisasi selalu dalam etika berbisnis untuk menjadikan m-pulsa sebagai tempat atau wadah dalam kerjasama yang aman dan nyaman.

PEMBAHASAN

Inovasi-innovasi selalu diberikan oleh perusahaan bagi pelanggannya guna peningkatan dan keberlangsungan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnis yang digelutinya. Salah satu jobdesk di dalam perusahaan yang wajib ada dan menjadi focus utama bagi perusahaan adalah customer service atau pelayanan pelanggan, dimana pelayanan ini berkaitan langsung dengan banyak aspek di dalam perusahaan. Pelayanan pelanggan tidak hanya dilakukan oleh CSO atau Customer Sevice Officer yang notabene adalah sebagai garda terdepan dalam melayani setiap para konsumen. Melainkan devisi-devisi lain di dalam perusahan juga sangat mempengaruhi pelayanan kepada para pelanggan. Dari mulai tingkat pemilik perusahaan atau owner yang memberikan perihtah dan yang menginginkan agar konsumen di layani dengan sebaik mungkin, kemudian di tingkat para manager yang bertujuan dapat memanajemen dan memfokuskan untuk mengawasi setiap pekerjaan yang akan berjalan sesuai sebagai mana mestinya, lalu pada bagian pergudangan yang mengharuskan ketersediaan stok barang selalu ada dan tepat pada waktu dibutuhkan, kemudian barulah kepada bagian devisi marketing dan CSO yang melayani dengan sebaik mungkin kepada para calon konsumen maupun kepada para pelanggan. Semua devisi melakukan tugasnya masing-masing guna melayani para konsumen agar nantinya para konsumen terkesan dan merasa nyaman serta loyal terhadap perusahaan.

M-pulsa atau CV. Indonesia Mobile System adalah sebuah perusahaan retail yang bergerak di bidang server pulsa. Server pulsa merupakan suatu system perangkat lunak

yang berisi mengenai data-data untuk diolah menjadi suatu kesatuan yang terhubung dengan penyedia jaringan pulsa seperti MKIOS, MKRONIK, Dompul dan lain-lainnya, yang cara kerjanya mengintegrasikan produk-produk pulsa menjadi satu kesatuan dari masing-masing all operator (Telkomsel, XL, Three, dan lain sebagainya) pengoperasiannya membutuhkan sumber daya listrik. Server pulsa ini pada dasarnya bukanlah sebuah system yang dapat membuat pulsa untuk di jual kepada para konsumen, melainkan server pulsa ini adalah penghubung atau bisa di bilang sebagai sebuah wadah untuk menyalurkan produk-produk pulsa kepada para konsumen antara agen-agen pulsa ataupun counter penjual pulsa dengan operator masing-masing provider.

Para konsumen apabila akan mengorder atau membeli pulsa itu harus melalui beberapa langkah dalam prosesnya yang tidak mereka ketahui, dalam langkah awal konsumen mendatangi outlet atau biasa yang diketahui sebagi counter, kemudian dari counter memproses melalui para server pulsa yang terhubung langsung dengan para supplier/vendor atau provider yang akan memproses langsung pulsa kepada para konsumen. Di ibaratkan server pulsa ini adalah sebuah grosir pulsa dimana menjual berbagai macam produk pulsa dengan berbagai macam merek pula dan dengan harga dibawah market/pasar yang membutuhkan syarat pembelian harus membeli secara grosiran atau membeli dalam jumlah yang besar. Produk-produk pulsa seperti telkomsel,xl,indosat,three dan masih banyak lagi di masukan dalam sebuah sistem server, kemudian agen atau sebagai konsumen dari server ini ingin memanfaatkan produk dari server pulsa ini melakukan pengorderan pulsa dengan cara mengisi saldo terlebih dahulu atau mendepositkan uangnya kepada server pulsa untuk mengkulak pulsa sebesar nominal yang di depositkan, semisal Rp.100.000. Dengan nominal RP.100.000 agen tersebut sudah bisa mengorder seluruh produk-produk yang ditawarkan oleh server pulsa dengan batas harga yang disesuaikan dengan jumlah saldo yang di depositkan. Seperti ini prosesnya, jika agen mengorder pulsa telkomsel sebesar 5.000 dengan harga server Rp.5.500 maka saldo agen akan terpotong dan sisanya Rp.94.500, kemudian server akan memproses sistemnya untuk mengeksekusi pulsa telkomsel sebesar 5.000 yang stoknya ini diambil dari produk mkios (telkomsel). Seperti itulah gambaran mengenai serverpulsa.

Para server pulsa seperti CV. Indonesia Mobile System, memiliki

produk tidak hanya pada pulsa elektrik all operatar/provider saja melainkan berbagai layanan pembayaran online yang dapat di tawarkan kepada para konsumen meliputi ; Pulsa elektrik all operator, token pln prabayar, pembayaran tagihan ppob pasca bayar, iuran bpjs, voucher game online, voucher e-toll, voucher layanan tranportasi gojek dan grab (juga tersedia untuk para pengemudinya), dan yang baru-baru ini m-pulsa menawarkan voucher pengisian e-money dan voucher game online yang selalu bertambah produknya. Pelayanan yang mendukung untuk menjual produk-produk m-pulsa semua dilakukan secara online.

Kebutuhan dalam melayani para calon konsumen dan para pelanggan, m-pulsa memiliki beberapa layanan yang sudah tertera di website www.m-pulsa.co.id yang di dalam sudah ada keterangan-keterangan yang berkaitan dengan m-pulsa seperti ;

- Transaksi 24 jam nonstop
- Transaksi tanpa menggunakan kode
- Melayani transaksi ppob
- Dapat digunakan diseluruh wilayah Indonesia.

Kemudian juga terdapat menu-menu lain seperti; pendaftaran, panduan bertransaksi, panduan deposito, layanan aduan atau komplain kepada CSO, melihat beberapa produk, dan lain sebagainya. Semua dapat dilakukan via online maupun offline dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja dengan telfon genggam para calon konsumen atau pelanggan.

Agen-agen pulsa dari server m-pulsa ini cenderung berinteraksi melalui media online disamping karena adanya covid-19 yang mengharuskan membatasi pertemuan juga karena memang lebih mudah dirasakan hanya dengan media online seperti chat melalui whatssup dan telegram. Maka dari itu hal-hal komplain lebih dominan terjadi pada media online whatssup dan juga telegram. Cara m-pulsa melayani agen-agennya pun dengan cara membuat chanel pada telegram atau grup-grup pada whassup agar agen merasa diperhatikan atau layanani oleh m-pulsa. Salah satu kebijakan perusahaan atau jobdesk pekerjaan kepada seluruh karyawannya adalah dengan cara menyapa kepada para konsumen pada awal pekerjaan, menanyakan keluhan apa saja yang terjadi lalu memberi info-info produk

terbaru dari m-pulsa, naik turunnya harga produk m-pulsa dengan cara membroadcast atau menyiarkan di chanel-chanelnya, tiap jamnya menginfokan produk-produk m-pulsa agar agen-agen mendapatkan info-info cepat terbaru dari m-pulsa. Pelayanan yang prima terjadi karena adanya sistem etika yang ditanamkan dalam perusahaan sehingga perusahaan dapat berjalan sebagai mana mestinya.

Penerapan etika pada karyawan m-pulsa memiliki system tata tertib pekerjaan yang tertera pada kontrak kerja. ‘pedoman menjadi bagian dari m-pulsa’ adalah sebuah peraturan untuk menjadi bagian dari m-pulsa. yang isinya.

1. Karyawan datang on time 5 menit sebelum jam shift pekerjaannya dimulai.
2. Berpakaian rapih dan wangi pada hari senin-jum’at & minggu, sabtu menggunakan seragam kaos yang telah diberikan kepada masing-masing karyawan m-pulsa.
3. Alas kaki atau sepatu di taruh rak yang telah di sediakan oleh perusahaan.
4. Melakukan “ceklok” pada mesin absensi sebelum memulai pekerjaan.
5. Mengucapkan salam jika baru masuk dan setelah menyelesaikan pekerjaan.
6. Jika waktu beribadah tiba, karyawan diwajibkan untuk menghentikan kegiatannya sejenak kemudian bergegas untuk melakukan beribadah secara berjama’ah.
7. Pada hari jum’at jika selesai sholat jum’at diwajibkan untuk karyawan yang beragam islam untuk melakukan tadarusan selama 30 menit sebelum melanjutkan aktivitas pekerjaan.
8. Berkumpul untuk melakukan briefing atau arahan dan berdoa demi kelancaran dalam bekerja sebelum memulai dan sesudah mengahiri pekerjaan.

Fasilitas yang diberikan oleh m-pulsa kepada seluruh karyawan m-pulsa adalah, sebagai berikut;

1. Mendapatkan reward “bonus” tambahan, apabila omset mencapai target.
2. Mendapatkan intensif thr tiap tahunnya.
3. Memberikan family gatering kepada seluruh karyawan di setiap tahunnya.
4. Mendapatkan asuransi pada setiap karyawan.

5. Mendapatkan seminar gratis dari ESQ, agar pikiran jiwa dan raga kembali fresh atau kembali rileks untuk menjalani aktivitas sehari-hari di dalam sebuah pekerjaan.

Adapula fasilitas yang terdapat dalam ruang bekerja seperti ruang beribadah, speaker on musik yang selalu menemani dalam bekerja, kopi dan teh yang telah disediakan, alat-alat p3k, dan lain sebagainya. Seluruh bagian dari m-pulsa dituntut untuk disiplin, saling bekerja sama dan menjaga solidaritas antar para karyawan.

Tata tertib dan fasilitas yang diberikan oleh m-pulsa itulah untuk menunjang kinerja karyawan dan menciptakan rasa aman nyaman dalam perusahaan untuk selalu terjaga kondisi pencapaian perusahaannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan pada pemaparan-pemaparan sebelumnya, banyak dari para pendahulu yang menjelaskan jika tiga prinsip etika bisnis yang selalu mendominasi bagi suatu usaha yaitu adalah sebuah prinsip keadilan, kejujuran, dan pekpercayaan. Sedangkan prinsip-prinsip etika yang dijalankan oleh sebuah perusahaan itu berbeda-beda kebutuhannya, maka dari itu diperoleh kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan penelitian yaitu sebagai berikut. Etika bisnis memerankan peran penting dalam keberhasilan suatu usaha, prinsip-prinsip yang dibawanya menjadikan perusahaan terus menerus dalam kondisi yang terjaga kepastiannya. Penerapan yang baik dan selalu konsisten adalah kunci keberhasilan dari penerapan etika bisnis itu, karena imbas dari keberhasilannya akan membuat perusahaan terus menerus meningkat dalam segala aspek baik dari internalnya maupun eksternalnya. Para karyawan merasakan apa yang namanya etika didalam bisnis yang sangat mempengaruhi moral dalam melakukan aktivitas kesehariannya untuk bertanggung jawab kepada apa-apa yang menjadi tanggung jawab bagi karyawan tersebut dan berimbas pada pelayanan yang prima bagi para pelanggan, kemudian bagi para pelanggannya akan menerima kebutuhannya sesuai dengan apa yang mereka inginkan, tentunya dengan perasaan senang dan berkesan di hati dan membuat permintaan yang terus menerus untuk dilakukan kepada perusahaan. Perusahaan akan menerima keuntungan hasil dari tujuan yang telah di tentukan sebelumnya.

Penerapan etika bisnis di Cv. Indonesia Mobile System secara singkat dapat disimpulkan:

1. Perusahaan membangun kondisi yang kondusif dengan menciptakan suatu pedoman perilaku yang bertujuan sebagai panduan untuk bagaimana sebuah perusahaan akan berperilaku sebagai mana mestinya perusahaan harapkan, sehingga perusahaan dapat mempunyai perilaku khas yang dimiliki oleh perusahaan dan tentunya berbeda dengan perusahaan lainnya.
2. Perusahaan dapat menjamin terlaksananya sebuah kewajiban kepada karyawan dan perusahaan dalam kode etik yang sudah ditentukan.
3. Perusahaan juga sudah menjamin penerapan perilaku etika bisnis terhadap mitra usaha (Eksternal).
4. Perusahaan juga dapat menjamin kualitas produk yang ditawarkan dan untuk sebuah kepercayaan.
5. Perusahaan dapat menjamin kelangsungan perusahaan untuk dimasa yang akan datang, yang sebagaimana mestinya sudah ditetapkan oleh perusahaan dan jika melenceng perusahaan juga mejamin tanggung jawab penuh.

SARAN

Berdasarkan pada hasil analisis dan kesimpulan, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Perlunya konsisten dalam menjalankan kebijakan etika dalam bisnis dan di jaga untuk terus menerus selalu di terapkan.
2. Perlunya inovasi dalam etika bisnis agar perkembangan bisnis diluar sana dapat di terapkan juga dengan etika bisnis yang telah dibuat.
3. Hal penting dalam etika bisnis yaitu kerja sama dan dukungan yang selalu dijaga dan dirangkul oleh semua divisi.
4. Sanksi yang diberikan oleh perusahaan perlu di tekankan kepada para karyawan agar karyawan bisa mengontrol perilakunya juga di dalam menjalankan etika bisnis
5. Perlunya diadakan pelatihan yang tepat dan mendalam agar berjalan sesuai dengan profesi masing-masing karyawan guna meminimalisir adanya pelanggaran etika.

DAFTAR PUSTAKA

Masi, Siti. A. A. (2017). PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KUALITAS

PELAYANAN PADA PT. HASJRAT ABADI (TOYOTA) CABANG BITUNG. repository.polimdo.ac.id

Yessy. A. (2020). PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA PT INDAH JAYA LONDRINDO. dinastirev.org

Aldea. R. (2018). ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS YANG BERWAWASAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. Repository.radenintan.ac.id

Anam, C. (2018). Pengaruh Motivasi, Kompetensi, Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru di Sekolah Menengah Kejuruan. *Dirasat: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, *4*(1), 40-56.

Fauzan & Ida. N. (2014). PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG BEBEK H. SLAMET DI KOTA MALANG. ejournal.unikama.ac.id

Thursina. T, Zaki. F, Hafidhah. H. (2020). PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO RIYADH STORE DI BANDA ACEH. jim.ar-raniry.ac.id

Puspitasari, Laili. L. (2014). ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP TINGKAT PROFITABILITAS RUMAH YOGHURT BERDASARKAN PERSPEKTIF KARYAWAN: STUDI KASUS PADA RUMAH YOGHURT DI KOTA BATU. etheses.uin-malang.ac.id

Dyah. A. (2018). STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus di Perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karangan. iain-tulungagung.ac.id

Hamid, A., & Nasih, M. (2021). Fraud prevention of village funds in East Java Indonesia. *Management Science Letters*, *11*(7), 2033-2044.

Hamid, A., & Lamuda, I. (2019). EVALUATION OF

FINANCIAL PERFORMANCE THROUGH APPROACH TO VALUE FOR MONEY EVALUASI KINERJA KEUANGAN MELALUI PENDEKATAN VALUE FOR MONEY. *Gorontalo Accounting Journal*, *2*(1), 1-11.

Khotimah, K., Harjanti, W., Emmywati, E., & Yulfajar, A. (2021). INDOSAT PERDANA CARD PURCHASE DECISION PROCESS ON PRICE, PRODUCT QUALITY, AND PROMOTION IN MALANG CITY. *JURNAL EKONOMI MANAJEMEN (JEM17)*, *6*(1), 117-132.

Susilowati, S., NOOR, A., Rustono, R., Samsudi, S., Sudana, I., & Rifai, M. D. K. (2021). The College Students' Satisfaction for Using Edmodo-the Learning Technology Application as E-Learning Media and Learning Effectiveness Improvement in Economic Higher Institution Mahardika Surabaya. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, *12*(6), 2749-2754.

Anam, C. (2018). Pengaruh Motivasi, Kompetensi, Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru di Sekolah Menengah Kejuruan. *Dirasat: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, *4*(1), 40-56.

Andriana, R., Saparso, S., Fitrio, T., Emmywati, E., & Badaruddin, B. (2019). Assessing the Relationship between Corporate Reputation, Customer Satisfaction, Behavioural Intentions and Customer Loyalty. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, *9*(4), 183-199.

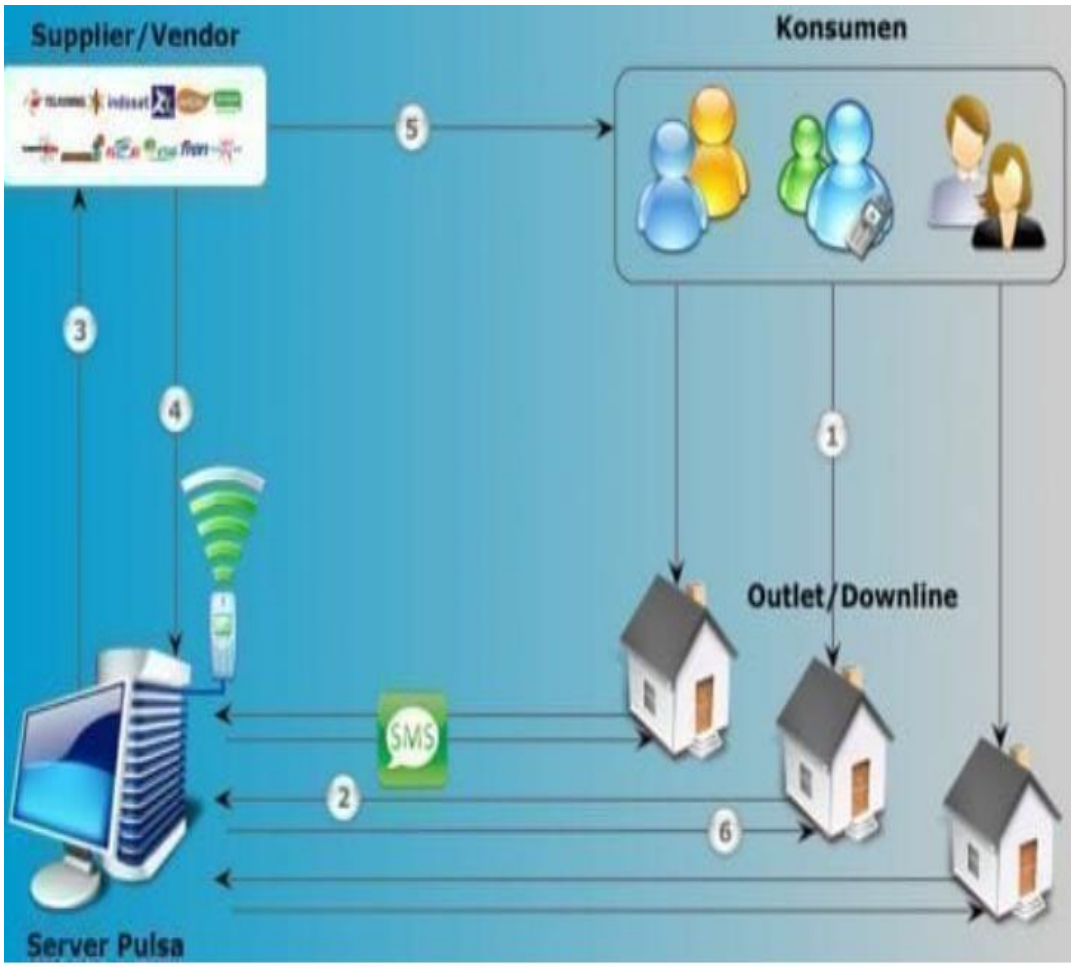
Prasetyo, H. D., Rahardjo, K. A., Supriadi, I., Kusmayati, N. K., & Wahib, M. (2020). Application In Activity Based Costing (ABC) Calculation of Home Development Cost. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, *1*(4), 179-184.

Musyaffa, A., & Emmywati, E. (2018). DAMPAK KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PO. TIARA MAS. *Media Mahardhika*, *17*(1), 90-102.

Supriadi, I., Prasetyo, H. D., & Suprihandari, M. D. (2020). The effect of applying blockchain to

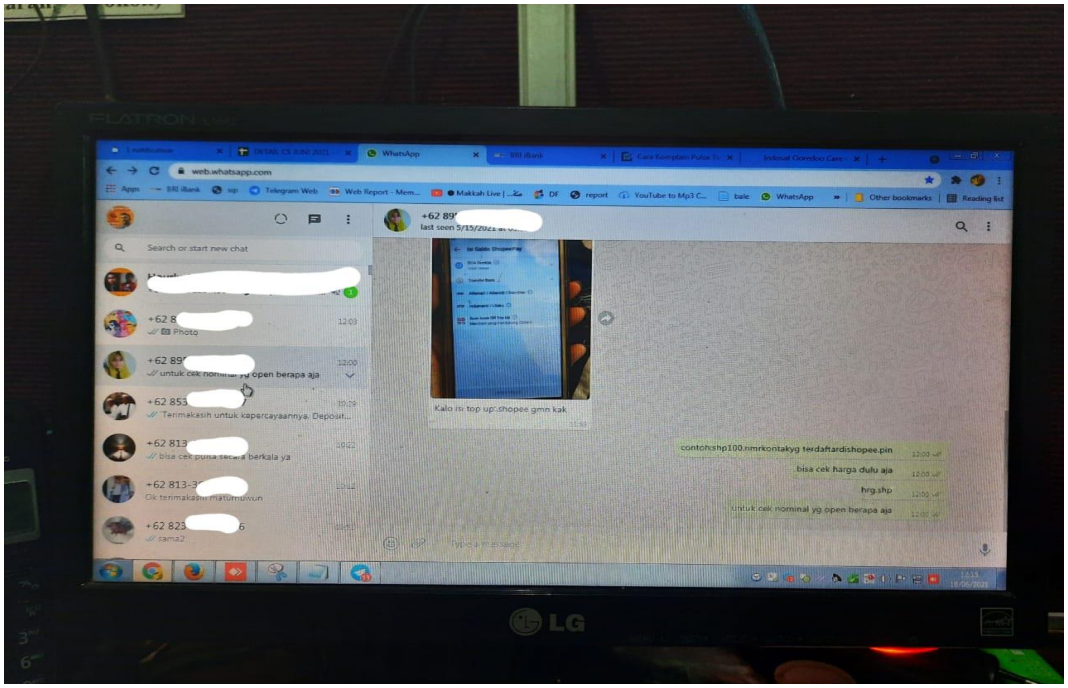
the accounting and auditing. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, *1*(3), 161-169.

Gambar I.I diambil dari blog sepulsa.com. yang menjelaskan mengenai cara kerja server pulsa.

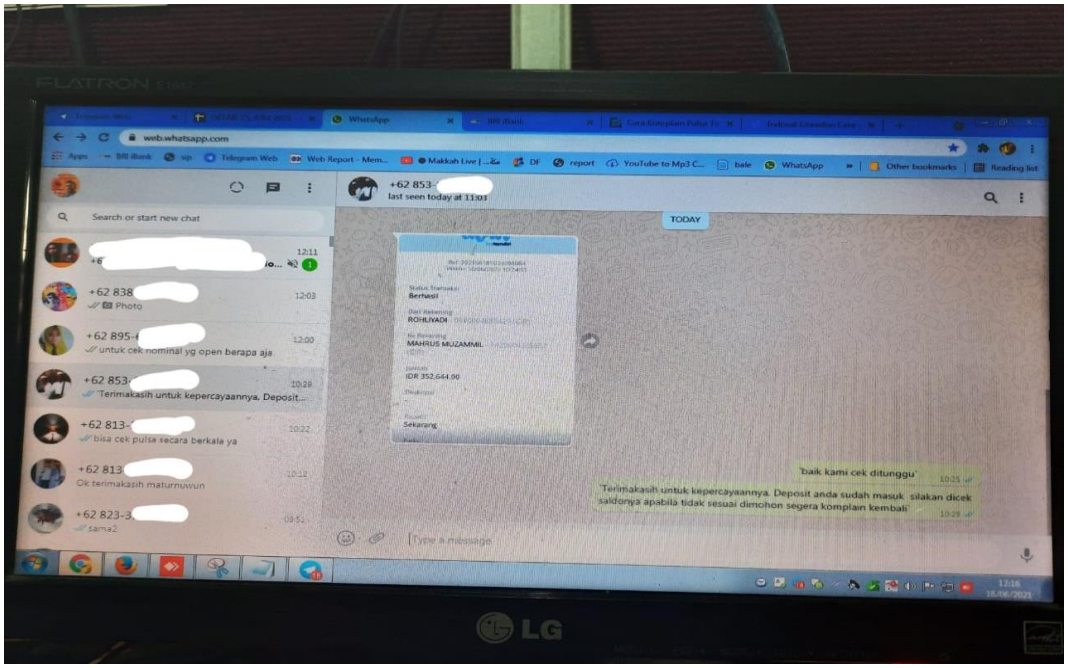


Gambar I.I

Gambar I.II dan I.III adalah layanan komplain melalui media online (whatsupp) yang di sediakan oleh m-pulsa bagi para pelanggannya.

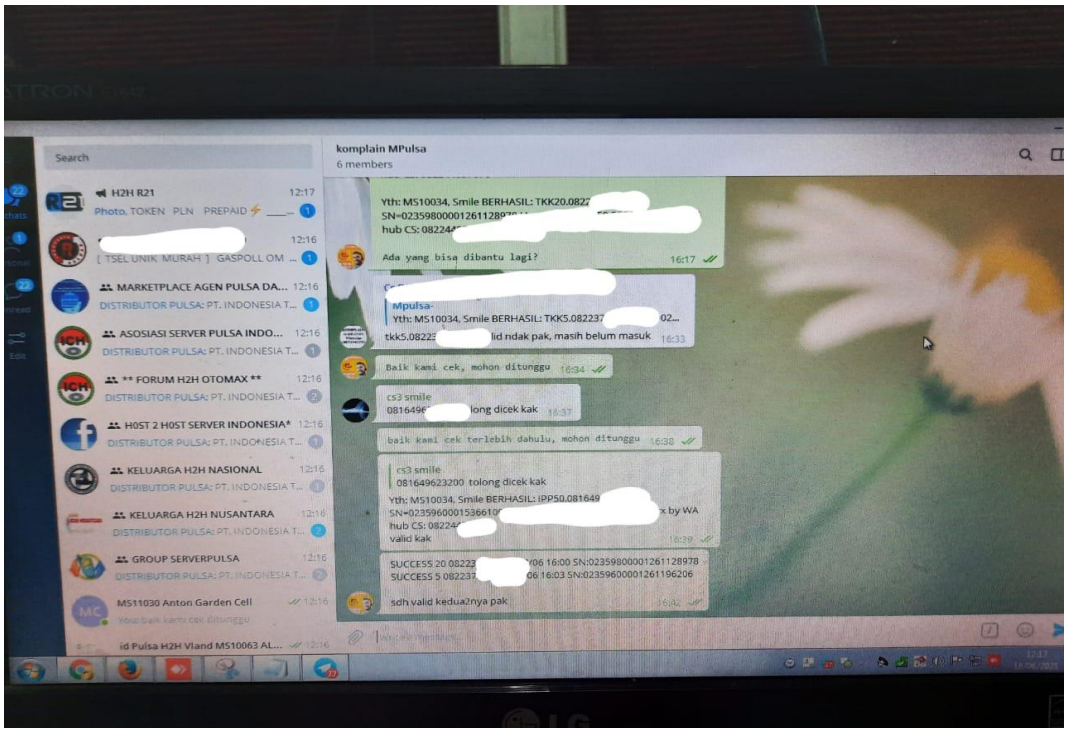


Gambar I.II

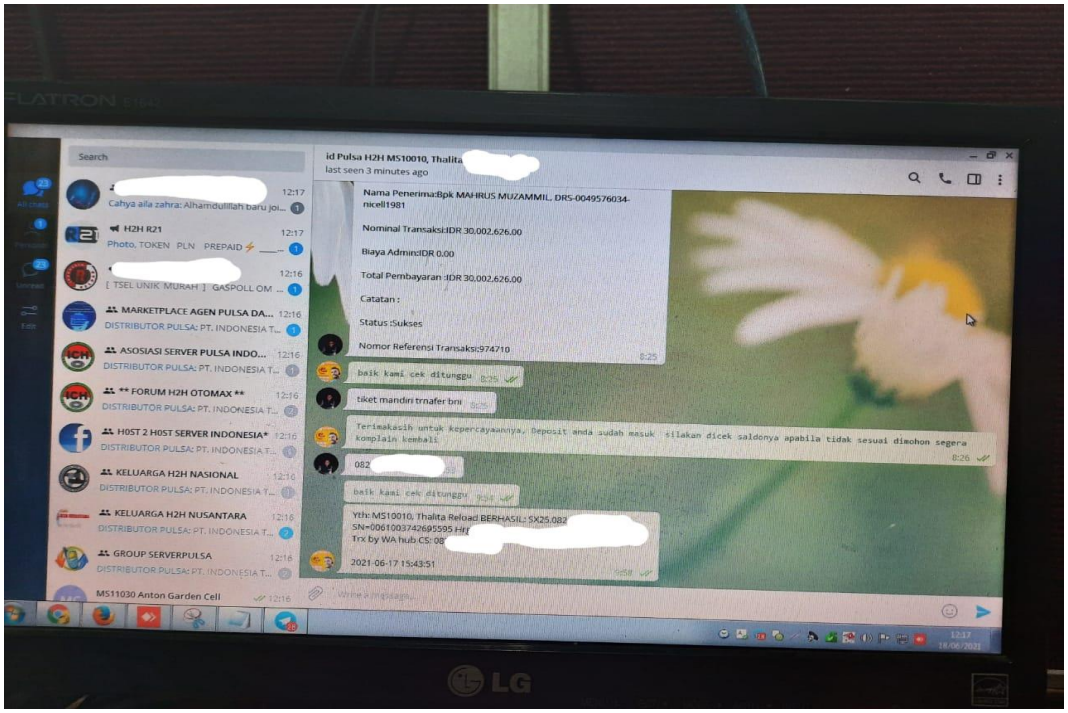


Gambar I.III

Gambar I.IV dan I.V adalah layanan pengaduan atau komplain dari m-pulsa melalui media online yaitu telegram yang biasa digunakan dan diakses oleh para pelangan.



Gambar I.IV

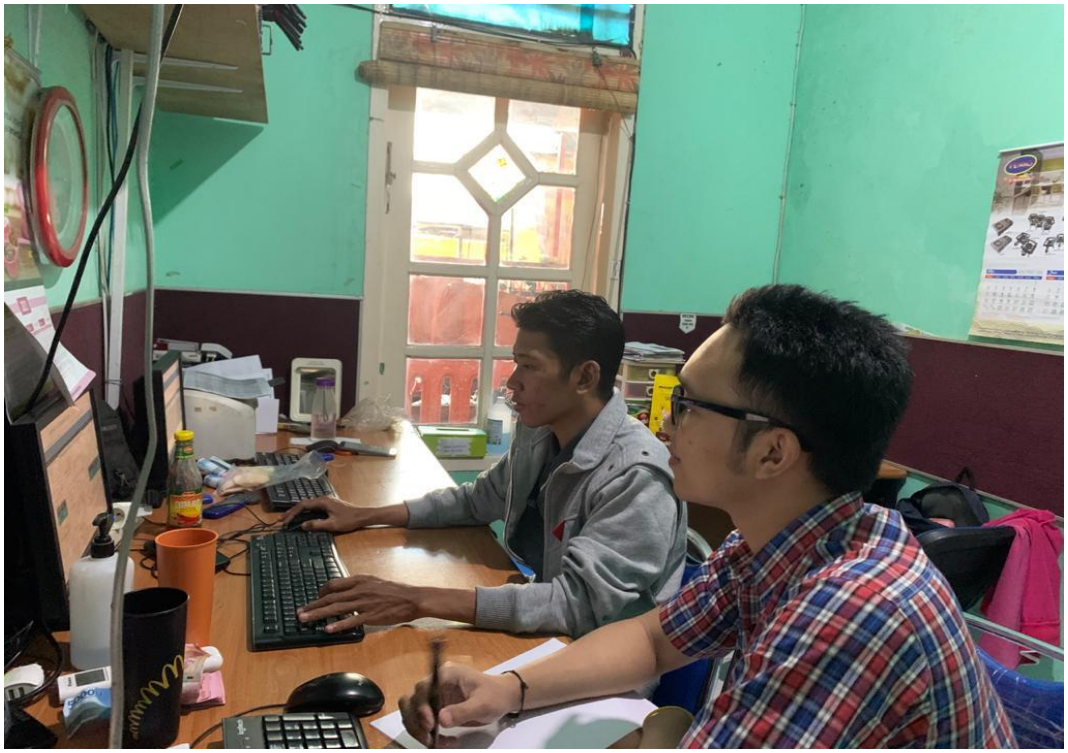


Gambar I.V

Gambar I.VI dan I.VII adalah wawancara salah satu karyawan m-pulsa yaitu yth. Bpk. Agus Setiono selaku Operator m-pulsa, yang telah bekerja lebih dari 10 tahun lamanya.



Gambar I.VI



Gambar I.VII