



## Peran etika bisnis dalam digital marketing : Literatur Review

1<sup>st</sup> Moh. Hefni Munawar<sup>a</sup>,

<sup>a</sup>Universitas Negeri Malang/ Jl. Semarang 5 Malang 65145 Jawa Timur.

Alamat email: hefniprenduen@gmail.com.

---

### **Abstract**

*Business ethics is a set of general moral norms and values that need to be applied as a basis for consideration in all decision-making processes in the company. In this case, business ethics will consider the social, environmental and economic consequences of various decisions and actions to be taken. The research method uses literature study, carried out by reading, analyzing and drawing conclusions. The results of the literature review are that business ethics is something that needs to be applied when a company operates, and interacts with employees, customers, partners and the general public. So, in carrying out daily tasks, employees and company management must use business ethics as guidelines and standards for behavior.*

**Keywords:** business ethics, digital marketing

### **Abstrak**

Etika bisnis adalah seperangkat norma dan nilai-nilai moral secara umum yang perlu diterapkan sebagai dasar pertimbangan dalam segala proses pengambilan keputusan diperusahaan. Dalam hal ini, etika bisnis akan mempertimbangkan konsekuensi sosial, lingkungan, serta ekonomi dari berbagai keputusan dan tindakan yang hendak dilakukan. Metode penelitian menggunakan studi literatur, dilakukan dengan membaca, menganalisis dan menarik kesimpulan. Hasil dari kajian literatur yaitu bahwa etika bisnis merupakan hal yang perlu diterapkan saat perusahaan beroperasi, serta berinteraksi dengan karyawan, pelanggan, mitra hingga masyarakat umum. Jadi, dalam mengerjakan tugas keseharian, karyawan dan manajemen perusahaan haruslah menjadikan etika bisnis sebagai pedoman serta standar untuk berperilaku.

**Kata kunci:** etika bisnis, digital marketing

---

### **I. Pendahuluan**

Dalam bisnis yang terjadi pada saat ini, banyak hal-hal yang bisa mempengaruhi pembelian suatu produk, baik disebabkan oleh faktor internal perusahaan seperti manajemen strategi (promosi) yang diterapkan perusahaan maupun dari lingkungan eksternal perusahaan seperti peraturan pemerintah dan kebijakan pemerintah terlebih lagi pada masa sekarang terdapat wabah covid'19 yang membuat seluruh aspek perekonomian tidak tertata dan berantakan. Dalam situasi yang seperti ini khususnya pada saat pandemi covid'19, banyak perusahaan-perusahaan yang mau tidak mau harus melakukan perombakan mengenai manajemen yang ada di dalam perusahaan itu sendiri seperti halnya dalam perombakan pada strategi promosi produk yang digunakan oleh perusahaan yang dinilai kurang efektif digunakan pada saat pandemi covid'19 yang semakin parah.

Digital marketing merupakan salah satu upaya sebuah usaha / bisnis untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat atau calon konsumen melalui

internet, yang biasanya penyampaian informasi dalam bentuk video atau foto yang menarik. Diantaranya menggunakan media sosial, website, youtube, e-commerce.

Digital marketing merupakan sebuah sistem yang sudah melekat pada dunia pemasaran di era digital. (Ni Putu Mira et al., 2020). Di era ini semua bentuk informasi dapat diterima oleh masyarakat dengan sangat mudah dan cepat. Dengan menggunakan strategi ini calon konsumen memiliki tingkat keingintahuan dalam mencari informasi mengenai produk dan mencari tahu bagaimana transaksi lewat internet dengan mudah, seperti pembayaran lewat shopee, m-banking atau lainnya.

Perusahaan melakukan strategi promosi yang memiliki peluang besar untuk menjual produknya seperti contoh melalui digital marketing, digital marketing diharapkan perusahaan sebagai jalan keluar yang tepat dalam masa pandemi covid'19. Perusahaan memiliki penilaian mengenai digital marketing mengenai keuntungan-keuntungan yang bisa didapat oleh perusahaan dan juga kenyamanan bagi konsumen. Selain keuntungan yang diperoleh perusahaan mengenai digital marketing yaitu membantu perusahaan meminimalkan beban pemasaran karena perusahaan hanya menggunakan media online dalam mempromosikan produknya, konsumenpun memiliki keuntungan yaitu konsumen tidak perlu keluar rumah untuk melihat produk-produk yang dicari sehingga konsumen sedikit banyak tidak perlu khawatir terpapar virus covid'19. Digital marketing sendiri adalah upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet dengan beragam strategi dan media digital dengan tujuan yaitu perusahaan bisa tetap berhubungan dengan konsumen melalui saluran komunikasi online. (Andi Gunawan Chakti, 2019). Sebagai contoh beberapa akses dalam digital marketing yaitu website, blog, media sosial (instagram, whatsapp, line), interactive audio video (youtube, vidio), interactive audio (podcast, soundcloud), dan display ads.

Segala kegiatan terutama dalam melakukan aktivitas usaha tentunya terdapat etika yang mengatur, etika bisnis pada suatu perusahaan dapat menghasilkan nilai, norma, perilaku karyawan dan pimpinan dalam menciptakan hubungan yang adil dan sehat antar pelanggan, teman kerja, serta masyarakat. Suatu usaha ketika menjalankan etika bisnis, bukan hanya memperhatikan etika di dalam perusahaan tapi juga memperhatikan etika yang berlaku sesuai dengan lingkungan perusahaan atau lingkungan masyarakat berada. Suatu usaha yang mempunyai etika dan nilai-nilai bisnis, maka bisnis yang dijalankan bukan hanya akan memperoleh keuntungan secara materi, tetapi juga dari segi non material akan memperoleh citra positif, dan kepercayaan, serta berdampak pada keberlangsungan bisnis itu sendiri. Selain itu, dalam menjalankan aktivitas bisnis, sebelum pengusaha membangun kepercayaan dengan orang lain, maka terlebih dulu kepercayaan

dalam dirinya sendiri harus terbangun. Karena apabila kepercayaan dalam dirinya telah terbangun, secara tidak langsung hal tersebut dapat mendorong kepercayaan orang lain yang memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan repeat order atau pembelian ulang konsumen.

Dalam menjalankan suatu bisnis, penerapan etika bisnis menjadi faktor yang berperan penting untuk mempertahankan kelangsungan usaha di berbagai sektor, tak terkecuali perusahaan dagang. Etika bisnis diperlukan dalam rangka mencapai tujuan organisasi bisnis yang sudah ditentukan. Kegiatan bisnis perdagangan yang berlandaskan etika akan menghindarkan perusahaan dari berbagai pelanggaran yang dilakukan oleh oknum maupun pelaku bisnis di sektor perdagangan yang membuat stabilitas pada kelangsungan usaha tersebut terganggu. Dengan demikian, bisnis perdagangan dapat berjalan tanpa merugikan pihak lainnya (Elfina Lebrine, 2010).

Memahami apa yang benar maupun salah dan apa yang masih dapat diterima maupun mana yang tidak dapat diterima berdasarkan pada ekspektasi organisasi dan masyarakat dalam konstitusi etika bisnis adalah pengertian dari etika bisnis dalam usaha. Kemampuan perusahaan untuk mengubah bisnis lama menjadi bisnis yang lebih baru berlandaskan pada perubahan permintaan dan teknologi di masa depan. Dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing, perusahaan dagang harus memperhatikan kualitas produk dan layanannya karena persaingan yang semakin ketat dengan produk sejenis. Perkembangan bisnis perdagangan baik dari segi digitalisasi, teknologi maupun persaingan yang ada membuat bisnis tersebut memerlukan suatu hukum yang dapat menjaga keseimbangan dunia kerja.

## **II. Metode**

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur review. Studi literatur merupakan kegiatan penelitian menggunakan data sekunder hasil dari berbagai studi kepustakaan atau literatur yang relevan dengan permasalahan penelitian yang bersumber dari buku maupun artikel atau jurnal-jurnal yang relevan. Suatu kajian melalui penelitian komprehensif dan hasil intepretasi dari literatur yang berhubungan dengan topik tertentu dimana di dalamnya mengidentifikasi pertanyaan penelitian dengan mencari dan menganalisa literatur yang relevan menggunakan pendekatan sistematis untuk melakukan analisa data secara simplified approach. Artikel yang digunakan difokuskan pada artikel original empirical research atau artikel penelitian yang berisi hasil dari pengamatan aktual atau eksperimen dimana terdapat abstrak, pendahuluan, metode, hasil, dan diskusi dari penelitian. Strategi pencarian artikel menggunakan database yang tersedia pada google

scholar dan Mendeley. Kata kunci dalam menemukan artikel yaitu motivasi, konsumsi sayuran, dan anak usia dini. Pada pencarian data menggunakan kriteria bahan literature review yaitu: 1) Artikel desain penelitian Randomised Controlled Trials (RCT), 2) Penelitian eksperimen, 3) Artikel asli dari sumber utama (primary source), 4) Artikel penelitian yang terbit tahun 2016 sampai tahun 2021, 5) Artikel full text berbahasa Inggris dan bahasa Indonesia, Pencarian artikel menggunakan beberapa sumber dari database yang tersedia pada google scholar dan research get. Tahapan yang ditempuh pada analisa Simplified approach meliputi meringkas setiap literatur critical appraisal/telaah kritis dilakukan secara bersamaan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan literatur serta untuk melihat hubungan antara satu literatur dengan literatur lainnya, mengidentifikasi tema-tema dari hasil setiap penelitian dalam literatur dimana tema yang dihasilkan harus mencerminkan pertanyaan penelitian dari literature review, pengembangan tema dengan menggabungkan semua tema yang sama mendiskusikan kekuatan dari temuan dengan mempertimbangkan hasil penelitian dengan bukti yang lebih kuat atau pun bukti yang lemah dengan melakukan critical appraisal pada langkah awal, penamaan pada tiap tema dengan mempertimbangkan penamaan yang tepat pada setiap tema dengan memahami literature sehingga nama pada tema lebih mendekati hasil dari penelitian pada literatur, membandingkan dan melihat kembali setiap tema dengan mengecek dua hal, yaitu: setiap tema telah mendapatkan nama yang tepat, dan pengumpulan tema-tema menjadi satu tema yang tepat, pengawasan ketat pada persamaan dan perbedaan setiap tema kemudian menganalisa secara mendalam serta mempertimbangkan bagaimana setiap tema dapat saling terkait, meninjau kembali critical appraisal dari setiap literatur sehingga dapat menilai apakah temata yang ada dapat menjawab setiap pertanyaan penelitian.

### III. Pembahasan

Tabel 1. Matrik analisis data pada artikel yang digunakan dalam literatur review

<i>Author, Title, Journa</i>	<i>Method Design</i>	<i>Resolts</i>
Arisandi, D, & Abadi, M. (2017) Peran Digital Marketing Dan Etika Bisnis Islam Dalam Melangkitkan Bisnis. <i>Jurnal Ekonomi Dan Bisnis</i> , 50-56, 2(2)	Kualitatif	Kampus doa memiliki tiga strategi dan tujuannya menciptakan pengusaha yang tangguh dan sukses juga kampus doa berperan dalam mengajarkan beberapa prinsip etika bisnis islam kepada para anggota dan telah diterapkan dalam bisnis yang dijalani
Aviatri, V, & Nilasari, A. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. <i>Journal</i>	Kualitatif	Etika bisnis merupakan sebuah penilaian terhadap manakah hal yang etis dan tidak etis untuk diterapkan

Rifki, M. Parakkasi, i. & Sirajuddin, S. (2022). Peran Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Repeat Order Konsumen. *Jurnal of Islamic Economics and Finance Studies*, 121, (3)2

Kualitatif

didalam usaha. Penerapan etika bisnis diperlukan dalam menjaga eksistensi perusahaan dagang. Perusahaan yang melalaikan etika bisnis maupun hukum yang berlaku disuatu negara tidak akan mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

Kepercayaan konsumen berimplikasi langsung terhadap *repeat order* konsumen pada CV. Sibuh kabupaten sopeng. Diketahui hal tersebut berdasarkan observasi yang peneliti lakukan dilapangan bahwa konsumen sudah tidak bisa menghitung berapa kali kunjungan ke CV. Sibuh untuk berbelanja. Konsumen sudah merasa yakin dan percaya bahwa CV. Sibuh akan selalu memberikan yang terbaik karena dari beberapa keterangan konsumen mengatakan puas berbelanja.

Haidar, M, Magister, A. (2020). Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM. *Eco-Entrepreneurship*

Kualitatif

Strategi yang diterapkan dengan mengimplementasikan 5p yaitu: plan. Play, pola, position, perspective sebagai upaya untuk mencapai keefektifan dan keefesiaan suatu bisnis dan juga tuntutan memiliki management knowlegde atau pengetahuan manajemen untuk meningkatkan kinerja suatu bisnis

Ruslang, R. Kara, M, & Wahab, A, (2020). Etika Bisnis *E-Commerce Shopee* Berdasarkan Moqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 655

Kualitatif

Terlaksananya etika bisnis yang sesuai dengan *muqasyid syariah* membawa implikasi yang baik terhadap keberlangsungan bisnis shopee, pembeli yang meningkat kepercayaan terhadap shopee sehingga mereka loyal untuk terus belanja di shopee. Demikian juga seller semakin setia berjualan di shopee karena jumlah pembeli semakin bertambah yang berpengaruh terhadap keuntungan.

Al Rasyid, H, (2022). Study Kasus Proyek POWER CRISPY Study Indipenden Bersertifikat E-Commerce Batch 2. *Islamic Economic and*

Kualitatif

Etika bisnis islam dalam promosi proyek POWER CRISPY harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Hal ini

dikarenakan selain menjalankan bisnis, POWER CRISPY jual berniat untuk mendapatkan keridhaan Allah SWT serta niat baik kepada sesama. Pada dasarnya promosi berisikan informasi-informasi tentang apa yang ditawarkan dalam produk, agar tidak ada pihak yang dirugikan maka penerapan etika bisnis Islam mampu mempermudah pembisnis mengambil keputusan dalam mempromosikan produk POWER CRISPY.

---

#### IV. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil kajian 6 jurnal diatas, terdapat kaitan-kaitan yang saling berhubungan tentang peran etika bisnis dalam digital marketing. Menurut Aviatri & Nilasari, (2021) Etika bisnis merupakan sebuah penilaian terhadap manakah hal yang etis dan etis untuk diterapkan didalam usaha. Penerapan etika bisnis diperlukan dalam menjaga eksistensi perusahaan dagang, perusahaan yang melalaikan etika bisnis maupun hukum yang berlaku disuatu negara tidak akan mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Pendapat lain oleh Arisandi & Abadi, (2017) Kampus doa memiliki tiga strategi dan tujuannya menciptakan pengusaha yang tangguh dan sukses juga kampus doa berperan dalam mengajarkan beberapa prinsip etika bisnis Islam kepada para anggota dan telah diterapkan dalam bisnis yang dijalani. Lain hal dengan pendapat tersebut menurut Rifki & Sirajuddin, (2022) Kepercayaan konsumen berimplikasi langsung terhadap repeat order konsumen pada CV. Sibuh kabupaten sopeng. Diketahui hal tersebut berdasarkan observasi yang peneliti lakukan dilapangan bahwa konsumen sudah tidak bisa menghitung berapa kali berkunjung ke CV. Sibuh untuk berbelanja. Konsumen sudah merasa yakin dan percaya bahwa CV. Sibuh akan selalu memberikan yang terbaik karena dari beberapa keterangan konsumen menyatakan puas berbelanja.

Dari hasil riteratur review menurut Ruslang & Wahab (2020), terlaksananya etika bisnis yang sesuai dengan muqasyid syariah membawa implikasi yang baik terhadap keberlangsungan bisnis shopee, pembeli yang meningkat, kepercayaan kepada shopee sehingga mereka loyal untuk terus belanja di shopee. Demikian juga seller semakin setia berjualan di shopee karena jumlah pembeli semakin bertambah yang berpengaruh terhadap keuntungan. Penelitian lain Haidar (2020), Strategi yang diterapkan dengan mengimplementasikan 5p yaitu: plan. Play, pola, position, perspective sebagai upaya

untuk mencapai keefektifan dan keefesiaan suatu bisnis dan juga tuntutan memiliki management knowlegde atau pengetahuan manajemen untuk meningkatkan kinerja suatu bisnis . sedangkan menurut Al Rasyid (2022), Etika bisnis dalam islam dalam promosi proyek POWER CRISPY harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan . hal ini dikarenakan selain menjalankan bisnis, POWER CRISPY juga berniat untuk mendapatkan keridhaan allah swt serta niat baik kepada sesama. Pada dasarnya promosi berisikan informasi-informasi tentang apa yang ditawarkan dalam produk, agar tidak ada pihak yang dirugikan maka penerapan etika bisnis islam mampu mempermudah pembisnis mengambil keputusan dalam mempromosikan produk POWER CRISPY.

## V. Penutup

Simpulan dari literature review sebagaimana tujuan yang ditetapkan yaitu bagaimana peran etika bisnis dalam digital marketing. Dan adapun hasil dari literature review terdapat bahwa didalam menjalankan suatu bisnis, etika bisnis sangat penting dalam keberlangsungan perusahaan dan juga etika bisnis didalam suatu perusahaan dapat menghasilkan nilai, norma, perilaku karyawan dan pimpinan dalam menciptakan hubungan yang adil dan sehat antar pelanggan, teman kerja, serta masyarakat. Dengan adanya digital marketing selain bisa memperkenalkan suatu produk dengancepat kepada calon konsumen dan juga konsumen atau masyarakat bisa lebih cepat mengakses dan mencari produk di market place dengan mudah.

## Daftar Pustaka

- Arisandi, D, & Abadi, M. (2017) Peran Digital Marketing Dan Etika Bisnis Islam Dalam Melangkitkan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 50-56, 2(2) <https://doi.org/10.20473/amnt.v1i3.2017.236-242>
- Aviatri, V, & Nilasari, A. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Journal Of Accounting and Finance*, 194-205
- Rifki, M. Parakkasi, i. & Sirajuddin, S. (2022). Peran Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Repeat Order Konsumen. *Jurnal of Islamic Economics and Finance Studies*, 121, (3)2
- Haidar, M, Magister, A. (2020). Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM. *Eco- Entrepreneurship*
- Ruslang, R. Kara, M, & Wahab, A, (2020). Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Moqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 655.
- Al Rasyid, H, (2022). Study Kasus Proyek POWER CRISPY Study Indipenden Bersertifikat E-Commerce Batch 2. *Islamic Economic and Finance Journal*, (3)2.
- Ni Putu Mira Dwi Astuti, I Komang Mahayana Putra, Kasiani, Cokro Gede Putra Yudistira dan I Made Widiantera. 2020. Implikasi penerapan Customer Relatinship Marketing dan Digital Marketing Terhadap Kepusan Konsumen Pada PT. Garuda Angkasa Joumpa Denpasar. *Jurnal Umnas Mataram*, No. 1, Vol. 14, 506-514.

- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Pamungkas, B. A., dan Siti Z. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos Jombang). *Jurnal Komunikasi*, x(2), 145.
- Elfina Lebrine, S. (2010). Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kejahatan Korporasi dalam Lingkup Kejahatan Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 12(1), 56-65. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.pp.56-65>
- Adi, B. S., Sudaryanti, & Muthmainnah. (2020). Implementasi permainan tradisional dalam pembelajaran anak usia dini sebagai pembentuk karakter bangsa. *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 33-39.