

KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR MIMBAAN KECAMATAN PANJI KABUPATEN SITUBONDO

Musayana¹, Bambang Suyadi¹, Pudjo Suharso¹

¹Program Studi Pendidikan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember
e-mail: suyadibambang219@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh etika bisnis UD. Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive area yaitu UD. Sumber Jaya di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Sedangkan penentuan responden menggunakan populasi sebesar 210 dan diambil sampel sebanyak 68 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis inferensial dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis UD. Sumber Jaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Hal tersebut diperkuat oleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh sebesar 68% terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang diukur dengan melakukan pembelian ulang dan rekomendasi dari mulut kemulut.

Kata Kunci: Etika bisnis, kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial dan ekonomi manusia yang mempengaruhi semua tingkatan mulai dari tingkat individu maupun kelompok. Bisnis merupakan bagian atau aktifitas penting bagi manusia maupun kelompok dimana bisnis terjadi, berlangsung dan dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Seiring dengan perkembangan globalisasi persaingan bisnis semakin ketat dan kompetitif yang ditandai oleh kegiatan bisnis yang semakin besar dan berkembang terus menerus. Persaingan yang baik adalah persaingan yang sehat antara pelaku bisnis. Bisnis yang baik adalah bisnis yang dijalankan sesuai dengan norma-norma moral. Dimana dalam dunia bisnis terdapat aturan dan batasan dalam menjalankan bisnis secara sehat dan baik. Aturan dan batasan dalam bisnis menentukan pelaku bisnis mengambil keputusan yang etis sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis.

Etika dan bisnis dapat diartikan sebagaimana menurut Larkin (2000) Etika sangat berhubungan dengan kewajiban moral, tanggung jawab, dan keadilan sosial. Menurut Epstein (1989) menyatakan etika bisnis sebagai sebuah perspektif analisis etika yang menghasilkan sebuah proses dan sebuah kerangka kerja untuk membatasi dan mengevaluasi tindakan-tindakan individu, organisasi dan kadang seluruh masyarakat sosial. Dimana etika dalam kegiatan bisnis menjadi acuan dan aturan oleh pelaku pasar yang menekankan adanya moralitas, persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Nilai-nilai etika bisnis tersebut di implementasikan dalam setiap pelaku bisnis dan dipertanggungjawabkan.

Pasar menjadi tempat yang paling penting bagi perekonomian masyarakat, dimana pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, hubungan sosial, usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja dengan menggunakan alat pembayaran yang sah. Pasar menurut Abdul Aziz (2013) merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Atau dengan bahasa lain pasar adalah tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi jual beli barang dan atau jasa. Pasar Mimbaan

adalah salah satu pasar tradisional yang ada di kota Situbondo Jawa Timur dimana pasar tradisional ini terletak di pusat kota Situbondo dan merupakan pasar tradisional pertama yang ada di kabupaten Situbondo, pasar ini menjual semua kebutuhan pokok masyarakat, mulai dari pakaian, alat-alat rumah tangga, kebutuhan sehari-hari dan lain sebagainya. Dimana para pedagang pasar Mimbaan Situbondo menerapkan etika bisnis dalam menjalankan usahanya. Salah satu contoh pedagang yang ada di pasar Mimbaan adalah pemilik UD. Sumber Jaya yaitu merupakan toko penyedia alat-alat rumah tangga yang didirikan tahun 1970 dan berdiri sampai sekarang. Pedagang UD. Sumber Jaya yang menerapkan etika bisnis dapat terlihat dari sikap pedagang dalam berhadapan langsung dengan konsumen. Nilai etika bisnis yang dijalankan oleh pemilik UD. Sumber Jaya adalah Jujur, bertanggungjawab, adil dan bermoral dalam melayani konsumen.

Kejujuran merupakan sikap tidak berbohong, tidak curang dan tulus dalam melayani konsumen. Menurut Menurut Albert (2011) kejujuran adalah mengakui, berkata atau memberikan sebuah informasi yang sesuai kenyataan dan kebenaran, kejujuran tidaklah selalu tepat arti harfiahnya, dalam arti memiliki batasan-batasan dan lebih bersifat kondisional dalam aplikasinya sepanjang tidak keluar dari tujuan dan makna dasar. Sikap jujur pemilik UD. Sumber Jaya dalam menghadapi konsumen dapat terlihat dari menyampaikan dengan jujur tentang barang yang akan dijual, jujur dalam menjelaskan kondisi barang dan jujur dalam menjual barang yang setara antara harga dan kualitasnya.

Tanggungjawab merupakan sikap kesadaran manusia akan tingkahlaku dan perbuatannya dalam wajib menanggung, memikul dan menanggung akibatnya. Menurut Magdalena (2011) bertanggung jawab adalah suatu perbuatan untuk siap menanggung segala sesuatu hal yang muncul sebagai akibat dari dilakukannya suatu aktivitas tertentu. Menurut Tasmara (2002:73) tanggung jawab merupakan memberikan asumsi bahwa pekerjaan yang dilakukan merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan ketekunan dan kesungguhan sikap bertanggungjawab pemilik UD. Sumber Jaya dapat terlihat dari bertanggungjawab dalam menerima pengembalian barang yang rusak.

Sikap adil merupakan sikap tidak memihak dan tidak sewenang-wenang terhadap konsumen. Menurut Erni R. Ernawan (2011) Keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Sikap adil dapat terlihat dalam memperlakukan konsumen yaitu tidak membedakan konsumen lama dan konsumen baru, disamping itu moral yang baik dalam melayani konsumen juga diperlukan. Menurut Franz Magnis Suseno (1997) moralitas adalah keseluruhan norma-norma, nilai-nilai dan sikap seseorang atau sebuah masyarakat. Menurutnya, moralitas adalah sikap hati yang terungkap dalam perbuatan lahiriah (mengingat bahwa tindakan merupakan ungkapan sepenuhnya dari hati), moralitas terdapat apabila orang mengambil sikap yang baik karena ia sadar akan kewajiban dan tanggung jawabnya dan bukan ia mencari keuntungan. Nilai-nilai etika bisnis tersebut akan mempengaruhi keberlangsungan UD. Sumber Jaya.

Menurut Muhammad (2004: 60-61), pentingnya etika bisnis dalam kelangsungan perusahaan yang pertama adalah sebagai tugas utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis dengan tuntunan moralitas. Dan yang kedua adalah etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman yaitu bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika. UD. Sumber Jaya yang menerapkan etika bisnis dalam menjalankan usaha dan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam arti dapat terus diterima oleh masyarakat yang dimulai dari tahun 1970 hingga sekarang terbukti dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

Kepuasan konsumen merupakan persepsi konsumen yang merasa yang semua keinginan dan harapan konsumen setelah melakukan pembelian. Menurut Tjiptono dan Chandra (2004) Kepuasan Konsumen adalah persepsi konsumen (*customer*) bahwa harapannya telah terpenuhi atau tingkat

dimana anggapan terhadap produk sesuai dengan harapan seorang pembeli. Harapan konsumen umumnya merupakan prakiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (Supranto, 2001 :233). Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan konsumen merasa puas menurut Tjiptono (2008:24) terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut, yang berguna bagi perusahaan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan apabila kepuasan konsumen dapat tercipta akan memberikan manfaat bagi pedagang UD. Sumber Jaya diantaranya konsumen melakukan pembelian ulang dan rekomendasi dari mulut kemulut kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh yang signifikan etika bisnis UD. Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen di pasar Mimbaan Situbondo. Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh etika bisnis UD. Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen dipasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo.

METODE

Metode penentuan lokasi atau tempat penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu UD. Sumber Jaya di Pasar Mimbaan Situbondo. Penentuan responden menggunakan metode menggunakan *accidental sampling* menggunakan populasi sebesar 210 dan diambil sampel sebanyak 68 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan editing, skoring, dan tabulasi. Analisis data menggunakan analisis inferensial yaitu analisis regresi linier sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, dilakukan analisis garis regresi sederhana dengan menggunakan *software SPSS*. Hasil analisis persamaan garis regresi linier sederhana yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -0,764 + 0,334X_1 + e_i$$

Berdasarkan persamaan garis regresi linier sederhana diatas dapat dilihat dari pengaruh variabel etika bisnis (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), Sesuai dengan persamaan regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Persamaan konstanta regresi bernilai negatif sebesar -0,764 hal ini menunjukkan apabila variabel bebas etika bisnis (X) dan e_i tidak dilakukan maka besarnya variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,334 point.
2. Koefisien regresi variabel etika bisnis (b) bernilai positif sebesar 0,334, berarti bahwa apabila nilai etika bisnis (X) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independennya bersifat tetap maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,334 point. Hal ini menunjukkan hubungan positif etika bbisnis, artinya semakin tinggi nilai etika bisnis maka akan semakin tinggi pula nilai frekuensi terjadinya kepuasan konsumen.

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh hasil dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil SPSS Untuk Uji F, Multiple R, dan R Square

Variabel	F _{Hitung}	F _{Tabel}	Sig. F	α	R	R _{Square}
X terhadap Y	140.527	3.9819	0,000	0,05	0.825 ^a	0,680

Sumber : Data Primer diolah 2017

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa faktor etika bisnis (X) secara keseluruhan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil dari perhitungan uji F. yaitu $F_{hitung} = 140.527 > F_{tabel} = 3.9819$ dengan tingkat signifikan $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu variabel etika bisnis memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen yang melakukan pembelian di UD. Sumber Jaya.

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kontribusi koefisien regresi dari variabel bebas etika bisnis terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen hasil perhitungan terhadap koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,680 atau 68% sedangkan sisanya 32% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian antara lain harga, kualitas produk dan lainnya. Hubungan antara etika bisnis terhadap kepuasan konsumen UD. Sumber Jaya di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo dapat diketahui dari *Multiple R* sebesar 0,825^a dengan kategori hubungan yang sangat kuat.

Pembahasan

Etika bisnis yang meliputi kejujuran, tanggungjawab, keadilan serta moral UD. Sumber Jaya mempengaruhi kepuasan konsumen UD. Sumber Jaya di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Hal tersebut terbukti dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yang mana hasil dari uji F diketahui bahwa variabel etika bisnis (kejujuran, tanggungjawab, keadilan serta moral) secara keseluruhan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen Hasil perhitungan uji F yaitu $F_{hitung} = 140.527 > F_{tabel} = 3.9819$ dengan tingkat signifikan $F = 0,000 < \alpha = 0,05$.

Etika bisnis yang meliputi kejujuran, tanggungjawab, keadilan serta moral UD. Sumber Jaya mempengaruhi kepuasan konsumen UD. Sumber Jaya di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Berdasarkan analisis koefisien determinasi (R^2) besarnya pengaruh etika bisnis terhadap kepuasan konsumen sebesar sebesar 0,680. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel etika bisnis terhadap variabel kepuasan konsumen UD. Sumber Jaya di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo sebesar 68%. sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen UD. Sumber Jaya di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo dapat terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh positif terhadap konsumen UD. Sumber Jaya di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Dimana besarnya pengaruh etika bisnis terhadap kepuasan konsumen UD. Sumber Jaya termasuk dalam kategori cukup besar.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa dengan adanya etika bisnis yang meliputi kejujuran, tanggungjawab, keadilan serta moral yang dimiliki oleh pemilik UD. Sumber Jaya dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Etika bisnis yang dilaksanakan adalah sikap jujur pedagang UD. Sumber Jaya, dimana dalam hal ini pemilik UD. Sumber Jaya dalam menjalankan usahanya menerapkan sikap jujur salah satu sikap jujur yang dilaksanakan adalah jujur dalam menjual barang pecah belah yaitu tidak menyembunyikan cacat barang, jujur dalam menjelaskan kondisi barang dengan apa adanya terhadap konsumen. sehingga tidak membuat konsumen merasa dibohongi dan dirugikan. Nilai etika bisnis selanjutnya yang diterapkan oleh UD. Sumber Jaya adalah sikap bertanggungjawab yaitu sikap yang diterapkan oleh

pemilik UD. Sumber Jaya, contohnya seperti bertanggungjawab menerima pengembalian barang bila ada konsumen yang merasa barang yang telah dibeli rusak atau cacat dan juga bertanggungjawab mengembalikan uang konsumen yang kelebihan dalam membayar. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik UD. Sumber Jaya.

“ya klo ada konsumen yang buru-buru dan uang kembaliannya ketinggalan ya saya simpan dulu mbak, nanti klo orangnya kembali lagi saya kasikkan, kan bukan hak saya bak, lagian klo gak dikembalikan nanti orang tersebut gak beli disini lagi mbak, kan saya sendiri yang rugi”

Sikap selanjutnya yang diterapkan oleh pemilik UD. Sumber Jaya adalah adil dalam memperlakukan konsumen, contohnya seperti ada konsumen lama yang datang dengan konsumen baru, pemilik UD. Sumber Jaya tidak hanya melayani konsumen lama tapi juga melayani konsumen baru dengan bersikap sama, dan juga tidak memberikan harga yang berbeda kepada konsumen lama dan konsumen baru. Dan selanjutnya adalah moral yang ditunjukkan oleh pemilik UD. Sumber Jaya dalam melayani konsumen, yaitu bersikap ramah, sopan, dan melakukan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik UD. Sumber Jaya.

“ya harus besikap sopan mbak pada tiap konsumen atau calon konsumen yang lewat depan toko, meskipun hanya dilirikin saja tidak atau kadang juga ada yang cuma lihat sebentar terus menghina barang kita, meskipun begitu saya harus bersikap sopan demi berlangsungnya toko ini.

Berdasarkan adanya etika bisnis yang terapkan oleh pedagang UD. Sumber Jaya maka akan berpengaruh pada hasil yang baik dimana membuat toko ini bertahan lama sejak tahun 70-an hingga sekarang serta banyak konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan banyak yang menjadi pelanggan tetap di UD. Sumber Jaya.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat diketahui bahwa variabel bebas (X) yaitu etika bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**. Selain itu, ditemukan bahwa ada perbedaan konsumen berdasarkan jenis kelamin dan status perkawinan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Perempuan	55	80,88%
2	Laki-laki	13	19,12%
	Jumlah	68	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2. diatas dapat diketahui bahwa dari 68 sampel yang paling mendominasi menjadi konsumen UD. Sumber Jaya adalah responden yang berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 55 orang atau sebesar 80,88% dikarenakan konsumen UD. Sumber Jaya yang mendominasi adalah ibu rumah tangga yang membeli barang pecah belah. Sedangkan sisanya sebanyak 13 orang atau 19,12% berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 3. Responden berdasarkan Status Perkawinan

No	Status Perkawinan	Jumlah Responden	Presentase
1	Belum Kawin	9	13,3%
2	Kawin	59	86,7%
	Jumlah	68	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat diketahui status perkawinan konsumen UD. Sumber Jaya sebagian besar adalah berstatus kawin, dimana terdapat sebesar 86% responden dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan jumlah konsumen UD. Sumber Jaya yang berstatus belum kawin hanya sebesar 13,3%. Hal tersebut berarti konsumen UD. Sumber Jaya mayoritas berstatus kawin, dikarenakan adalah ibu rumah tangga yang membeli barang pecah belah untuk kebutuhan rumah tangga.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh etika bisnis terhadap konsumen UD. Sumber Jaya di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan etika bisnis terhadap konsumen UD. Sumber Jaya di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo sebesar 68%, sedangkan sisanya yaitu 32% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti yaitu harga, kualitas produk dan lainnya.

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain bagi pedagang UD. Sumber Jaya, sebaiknya terus meningkatkan etika bisnis yang telah dilaksanakan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan konsumen menjadi pelanggan tetap. Dan bagi peneliti lain, untuk mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Larkin, JM. 2000. *The Ability of Internal Auditor to Identify Ethical Dilemmas*. Journal Of Bisinnes Ethics.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, Albert Hendra. 2008, *Kejujuran dalam Pendidikan*. Webbsset.
- Magdalena. 2011. *Pembinaan Nilai Kedisiplinan Melalui Program Ekstrakurikuler Pramuka Di SD Santa Ursula Bandung*. Tesis Magister pada PPS PK UPI Bandung: Tidak diterbitkan.
- Tasmara, T. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ernawan, R. Erni. 2011. *Business Ethics*. Bandung: Alfabeta.
- Franz Magnis Suseno. 1997. *13 Tokoh Etika; Sejak Zaman Yunani Sampai Abad Ke-19*. Yogyakarta: Kanisius.
- Alimin dan Muhammad. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Chandra, G Tjiptono, F. Chandra, Y. 2004. *Pemasaran Global: internasionalisasi dan internetisasi*. Yogyakarta: Andi.
- J.Supranto. 2001. *Statistik teori dan aplikasi*. Edisi 6. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2008 *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.