

## Pengaruh Etika Bisnis dalam Kegiatan Berwirausaha Era Pandemi Covid-19

Sura Klaudia<sup>1</sup>, Septy Yondaningtiyastuti<sup>2</sup>, Ebi Aisa Fitrianda<sup>3</sup>

STIE Kesuma Negara, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

[klaudia@stieken.ac.id](mailto:klaudia@stieken.ac.id)<sup>1</sup>

### ABSTRACT

*Entrepreneurs in the current era are being faced with the impact of the COVID-19 pandemic, where there is a decline in sales, raw materials and capital difficulties. This study aims to analyze business actors in understanding the values and rules of business ethics and confirm compliance with business ethical principles and the application of business ethics during the covid-19 pandemic. This study uses qualitative methods as well as interviews by telephone and meeting face-to-face with business actors but still applying health protocols, the respondents in this study were 8 people as entrepreneurs. This study uses descriptive qualitative data analysis. The application of business ethics and business strategies is carried out to realize the sustainability of a business during the ongoing global pandemic and also when the pandemic is over for the sake of strengthening business management. The results of this study can be used in providing briefing to every company leader when considering making strategic decisions related to complex morals.*

**Keywords:** *Business Ethics, Entrepreneurship, Covid-19*

### ABSTRAK

Pelaku wirausaha di era saat ini sedang dihadapkan dengan dampak dari pandemi covid-19 yang mana terjadi peneurunan penjualan, bahan baku dan kesulitan permodalan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis para pelaku usaha dalam memahami nilai-nilai dan aturan-aturan etika bisnis dan mengkonfirmasi kesesuaian dengan prinsip-prinsip etika bisnis serta penerapan etika bisnis selama masa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta wawancara melalui telepon dan bertemu langsung dengan pelaku usaha namun tetap menerapkan protokol kesehatan, responden pada penelitian ini terdapat 8 orang sebagai pelaku wirausaha. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Penerapan etika bisnis dan strategi bisnis dilakukan untuk terwujudnya keberlanjutan suatu usaha di masa pandemi global yang berlangsung dan juga ketika pandemi telah selesai demi penguatan manajemen bisnis. Hasil penelitian ini dapat digunakan dalam memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan moral yang kompleks.

**Kata Kunci:** *Etika Bisnis, Wirausaha, Covid-19*

## LATAR BELAKANG

Covid-19 atau *coronavirus disease-2019* saat ini sudah menjadi pandemi yang menyebar diseluruh penjuru bumi. Detikhealth mengungkapkan bahwa tertanggal 14 April 2021 kasus covid-19 di Indonesia terdapat 5.656 kasus dan total kasus positif menjadi 1.583.182, sembuh 1.431.892, dan meninggal 42.906. Spesimen yang diperiksa mencapai 77.522 dan ada 58.450 suspek. Total kasus aktif hari ini 108.384, berkurang 215 kasus dibandingkan kemarin. Di Jawa Timur sendiri saat ini menurut Kemenkes ada penambahan kasus sebanyak 249 kasus baru. Dengan adanya penambahan tersebut jumlah total kasus positif di Jawa Timur saat ini menjadi 143.054 (Detikhealth, 2021).

Covid-19 pertama kali masuk di Indonesia pada awal Maret 2020 dan terus bertambah hingga pada akhirnya pertengahan Maret pemerintah menetapkan *lockdown* untuk semua wilayah di Indonesia, WFH (*work from home*) bagi para karyawan perusahaan, kantor dan pemerintahan, serta Daring (dalam jaringan) bagi para tenaga pendidik, perguruan tinggi dan siswa sekolah, tak luput pula diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) khususnya kepada wilayah DKI Jakarta dan diikuti oleh wilayah-wilayah dengan padat penduduk (Kompas.com, 2020).

Tak bisa di pungkiri, para wirausahawan baik yang berskala besar maupun kecil harus menghadapi kendala dimana menurunnya penjualan, sulitnya mendapat bahan baku, terhambatnya produksi dan sulitnya permodalan, namun diketahui didalam kesulitan tersebut para pelaku usaha tidak memikirkan bagaimana usaha mereka agar tetap berjalan namun malah memutar otak untuk mencari kesempatan dalam kesempatan dengan memanfaatkan peluang yang ada, seperti halnya yaitu menjual masker medis dan hand sanitizer dengan harga yang sangat fantastis, menimbun masker demi keuntungan pribadi, menimbun bahan pangan dan pokok untuk dijual kembali dengan harga yang tidak wajar (CNN Indonesia, 2020).

Dilansir dari CNN Indonesia, sejak awal Maret 2020 *panic buying* sudah menyebar ke seluruh penjuru dunia, seluruh orang berbondong-bondong untuk membeli bahkan menimbun masker dan hand sanitizer baik di apotik maupun di situs belanja online demi keperluan pribadi. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Telunjuk.com (salah satu *e-commerce* hub di Indonesia), total penjualan masker dari

gabungan tiga *e-commerce* yaitu Shopee, Bukalapak dan Tokopedia sejak 2 Maret hingga 11 Maret 2020 sudah mencapai sebesar Rp652.964.118. Virus corona itu sendiri masuk di Indonesia tepatnya 2 Maret 2020 dan transaksi penjualan masker mencapai hingga Rp130.076.970 dan untuk volume transaksi penjualan tanggal 2 Maret sebesar 203.294 dan data volume transaksi terakhir tanggal 11 Maret mencapai 118.056. Telunjuk.com juga membeberkan merek masker yang laris diserbu pembeli yaitu masker N95 dibanderol dengan harga Rp209.000, padahal sebelum virus corona muncul harga masker ini hanya Rp65.000, merek masker kedua terlaris yakni Sensi isi 50 buah dipatok dengan harga Rp164.000, harga sebelumnya hanya Rp75.000 dan yang terakhir N95 KW, biasanya dibanderol hanya Rp5.000 namun saat ini rata-rata dihargai dengan Rp77.000.

Terkait adanya hal tersebut seperti diberlakukannya *lockdown*, WFH (*work from home*) dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) maka menimbulkan kekhawatiran dan kepanikan para konsumen yang mengakibatkan menjadi lebih konsumtif, dengan demikian para pelaku usaha mencari kesempatan untuk menjual berbagai barang medis dengan harga yang tidak rasional karena mereka tahu berapapun harganya akan tetap ada yang membelidkan keadaan seperti ini akan sangat berdampak pada para tenaga medis yang lebih membutuhkan, masker semakin langka, APD terbatas, alkohol semakin sedikit produksinya dan masih banyak dampak yang ditimbulkan akibat dari para pelaku usaha dan konsumen yang tidak terkontrol ini. Dari sini dapat disimpulkan bahwa etika bisnis sudah sangat dihiraukan dan bahkan dilupakan dengan alih-alih keadaan yang mendesak (CNN Indonesia, 2020).

Bisnis tidak lepas dari etika, karena yang pertama bisnis tidak bebas dari nilai – nilai. Kedua, bisnis merupakan bagian dari sistem social. Ketiga, aplikasi bisnis identic dengan pengelolaan bisnis secara professional. Menurut Prakoso (2015:44), etika merupakan nilai- nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok masyarakat dalam mengatur perilakunya. Etika berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu. Tujuan etika agar tercipta suatu hubungan yang harmonis, serasi dan saling menguntungkan. Menurut Chaniago (2013:237) etika adalah nilai-nilai yang dianut oleh suatu masyarakat, didasarkan pada kebiasaan mereka. Aktivitas bisnis dilatarbelakangi cara pandang yang bermacam-macam dari para pelaku bisnis. Untuk

itu bisnis harus beradaptasi terhadap lingkungannya. Sehingga tujuan bisnis harus mempertimbangkan kepentingan dan fenomena serta budaya yang berlaku di masyarakat.

Hasil penelitian Ali (2020), menyatakan bahwa penerapan etika bisnis dalam kegiatan berbisnis harus dilakukan berkelanjutan demi terwujudnya suatu usaha di masa pandemic global yang berlangsung dan ketika pandemic telah selesai untuk penguatan manajemen bisnis. Menurut (Kurniawan, 2020), menyatakan bahwa setiap pelaku usaha bisnis harus menerapkan prinsip – prinsip etika bisnis apalagi di masa pandemic seperti ini, misalnya para pelaku usaha tidak boleh melakukan penimbunan barang. Sedangkan menurut (Zebua & Sunaryanto, 2021), menyatakan bahwa para pelaku bisnis diharapkan menggunakan *platform* digital sebagai media pemasaran barang maupun jasa mereka sebagai peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan omset penjualan.

Oleh karena itu, dilakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh para pelaku usaha memahami nilai-nilai dan aturan-aturan etika bisnis dan mengkonfirmasi apakah sudah sesuai atau belum dengan prinsip-prinsip etika bisnis seperti yang di ungkapkan Keraf dalam Sutrisna (2010:57) yang menyatakan bahwa etika bisnis memiliki lima prinsip- prinsip yaitu prinsip otonomi, keadilan, kejujuran, saling menguntungkan dan integritas moral serta sejauh mana para pelaku usaha menerapkan etika bisnis ini dalam kegiatan berwirausaha di era pandemi covid19 saat ini.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **ETIKA BISNIS**

Fahmi (2014) menuliskan bahwa menurut asal usul etika berasal dari kata *ethos* dalam Bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya (Arijanto, 2013).

Dalam wujudnya etika dapat dilihat dari tata krama, sopan santun, norma, perbuatan, kelakuan dan tindak tanduk. (Chaniago, 2013:238). Etika adalah bidang

ilmu yang mempunyai sifat *normative* karena etika akan menentukan apa yang harus dilakukan dan tidak secara individual. Sedangkan Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya adalah keuntungan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2009) bisnis adalah usaha komersial di dunia perdagangan, usaha dagang, dan bidang usaha. Bisnis merupakan aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah yang melalui proses penyerahan jasa, perdagangan, atau produksi untuk mendapatkan keuntungan. Dalam hal ini yang termasuk dari jasa merupakan pihak dari pemerintah dan swasta yang bersedia untuk melayani anggota masyarakat.

Bisnis menurut Sukirno (2010) adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan baik secara individu ataupun kelompok. Sedangkan menurut Madura (2010:2) Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang atau jasa kepada pelanggan. Setiap bisnis melakukan transaksi dengan orang-orang.

Bisnis yang baik adalah bisnis yang bermoral sehingga dalam melakukan suatu bisnis tidak hanya berorientasi pada kepentingan pelaku saja. Selain untuk kepentingan tertentu dari kebahagiaan pribadi, pelaku bisnis juga meneman amanah serta kewajiban untuk membahagiakan masyarakat sekitar yang secara tidak langsung akan menerima dampak dari keberadaan perusahaan. Pada saat berbisnis tidak dilarang untuk mencari keuntungan yang besar, namun alangkah lebih baiknya jika dalam usaha tersebut menerapkan etika bisnis. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar juga tanggung jawab etika dan sosialnya terutama kepada masyarakat (K Bertens, Pengantar Etika Bisnis, 2013).

Menurut Yosephus (2010) etika bisnis secara hakiki merupakan etika terapan. Etika bisnis merupakan wilayah penerapan prinsip-prinsip moral umum pada wilayah tindak manusia di bidang ekonomi, khususnya bisnis. Jadi, secara hakiki sasaran etika bisnis adalah perilaku moral pebisnis yang berkegiatan ekonomi.

Dari semua definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis merupakan pengetahuan pedagang tentang tata cara, pengaturan, dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas. Maka setiap pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnis dalam bentuk : (1) memproduksi dan mendistribusikan barang atau jasa, (2) mencari profit, dan (3) mencoba memuaskan konsumen.

## **PRINSIP –PRINSIP ETIKA BISNIS**

Keraf dalam Sutrisna (2010) mengemukakan bahwa etika bisnis memiliki lima prinsip- prinsip yaitu prinsip otonomi, keadilan, kejujuran, saling menguntungkan dan integritas moral. Prinsip otonomi merupakan kemampuan seseorang untuk bertindak berdasarkan kesadaran dirinya sendiri tanpa adanya pengaruh pihak lain. Prinsip keadilan menuntut seseorang untuk bersikap sama secara obyektif, rasional, dan dapat dipertanggung jawabkan.

Prinsip kejujuran adalah sifat terbuka dan memenuhi syarat-syarat dalam sebuah kontrak bisnis. Prinsip saling menguntungkan secara positif menuntut hal yang sama, yaitu agar semuapihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain. Prinsip integritas moral mengandung sebuah imperatif moral yang berlaku bagi diri pelaku bisnis dan perusahaannya untuk berbisnis sedemikian rupa agar tetap menjadi yang paling unggul dan tetap dapat dipercaya.

## **WIRAUSAHA**

Menurut Casson (2012:26) mengartikan wirausaha adalah, “*an entrepreneur is someone who specializes in taking judgmental decisions about the coordination of scarce resources*”, atau dalam terjemahan bahasa Indonesia “wirausaha adalah seorang yang ahli dalam pengambilan keputusan untuk mengkoordinasikan sumber daya yang terbatas. Jika dirincikan dari kata yang ada maka dapat diartikan wirausaha sebagai berikut:

1. *Someone*; seseorang, bukan kelompok ataupun grup.
2. *Who, specializes*; menekuni atau mengembangkan fungsi keahliannya bukan hanya untuk dirinya sendiri tetapi untuk kepentingan orang lain.
3. *In taking judgmental*; memiliki keberanian untuk mengambil keputusan yang berbedadengan orang lain.
4. *About the coordination*; menjalankan fungsi koordinasi segala sumber daya untuk dapat meningkatkan guna dan bermanfaat dari sebelumnya.
5. *Of scarce resources*; baik besar-kecilnya perusahaan yang dipimpin, tetap berupayamenimimalkan pemakaian sumber daya.

Menurut Zimmerer (2015), wirausaha: “*A person who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth by identifying opportunity and assembling the necessary resources to capitalize on those opportunities*”, atau dalam terjemahan bahasa Indonesia adalah seorang yang membentuk bisnis baru yang berhadapan dengan risiko dan ketidakpastian untuk meraih keuntungan dan pertumbuhan dengan jalan mengidentifikasi peluang dan mengombinasikan berbagai sumber daya untuk mendapatkan manfaat dari peluang tersebut

Menurut Hisrich et al (2013) wirausaha dapat ditemukan pada setiap profesi, dan wirausaha adalah penciptaan sesuatu nilai yang baru, menggunakan waktu dan upaya, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, namun menerima imbalan moneter serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Dari pendapat para ahli, dapat disimpulkan pengertian wirausaha merupakan seseorang yang mempunyai naluri untuk melihat peluang, berani mengambil risiko membuka usaha dalam berbagai kesempatan tanpa diliputi rasa takut atau cemas serta untuk menaklukkan cara berpikir lamban dan malas. Dengan cara membayar harga tertentu untuk produk tertentu kemudian dijual dengan harga yang tidak pasti (Casson (2012: 26), Zimmerer (2015), Hisrich et al (2013))

## **PANDEMI COVID – 19**

Virus corona atau dikenal juga dengan nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2)* merupakan virus baru yang menginfeksi sistem pernapasan orang yang terjangkit, virus ini umumnya dikenal sebagai Covid-19 (Lai et al., al., 2020). Virus ini bahkan membuat kita melakukan kebiasaan baru bahkan di lembaga peradilan dan dunia pendidikan (Aji, 2020; Sodik, 2020).

Virus corona bisa menyebabkan hal yang fatal terutama bagi mereka yang mengidap gangguan pernapasan sebelumnya akan mengalami sindrom gangguan pada pernapasan tingkat akut walaupun sudah dinyatakan sembuh dari virus ini. Hal itu disebut sebagai efek dalam jangka panjang dari infeksi Covid-19 dan penderita akan menurun fungsi paru-parunya sebanyak 20 sampai 30 persen setelah melewati serangkaian pemulihan. Selain paru-paru ternyata ginjal juga bisa terdampak, penderita

Covid-19 dengan persentase 25 sampai 50 persen mengalami gangguan pada ginjal. Penyebabnya adalah protein dan juga sel darah merah akan cenderung lebih banyak. Dengan persentase 15 persen juga pasien Covid-19 cenderung turun fungsi penyaringan pada ginjalnya, serta penyakit ginjal akut juga bisa saja menjadi masalah lain yang akan diderita oleh orang yang terinfeksi Covid-19. Pada sistem saraf juga bisa saja terserang akibat infeksi dari Covid-19, virus ini dapat menyerang sistem pada saraf pusat. Di negara China misalnya orang yang menderita gangguan pada sistem saraf mencapai 36 persen dari 214 orang yang dinyatakan positif Covid-19. Gejala-gejala yang timbul seperti pusing dan gangguan di indera pencium serta indera perasa.

*Corona Virus Disease 2019* ini awal penyebarannya terjadi di kota Wuhan (Okada et al., 2020), China pada penghujung tahun 2019. Virus ini menyebar dengan sangat masif sehingga hampir semua negara melaporkan penemuan kasus Covid-19, tak terkecuali di negara Indonesia yang kasus pertamanya terjadi di awal bulan Maret 2020. Sehingga merupakan hal yang wajar banyaknya negara yang mengambil kebijakan sesuai dengan situasi dan kondisi di negara masing-masing dan membuat hubungan antara beberapa negara menjadi tidak berjalan baik salah satunya Australia dengan negara-negara pasifik, akan tetapi kebijakan yang paling banyak diambil adalah dengan memberlakukan *lockdown* yang dianggap sebagai strategi tercepat memutus mata rantai penyebaran virus yang satu ini.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data penelitian ini menggunakan metode wawancara langsung secara mendalam (*deep interview*) namun dengan keadaan pandemic saat ini dan berlakunya *social distancing* maka wawancara tersebut melalui telepon dan *e-mail* yang masing-masing diwawancarai selama waktu tertentu karena mengingat masih berlakunya penerapan *social distancing*.

Cara penyebaran wawancara ini mengacu pada Rowley (2009:231) dimulai dari peneliti mengirimkan permohonan sebagai calon responden penelitian melalui pesan singkat yang berisi tentang identitas peneliti dan alasan melakukan penelitian, meminta izin merekam percakapan, perihal lama waktu wawancara, meminta kesediaan waktu

responden dan melakukan kontak lanjutan jika tidak ada respon. Tahapan selanjutnya mengirimkan pertanyaan-pertanyaan kepada responden sebagai bahan saat wawancara dengan memberikan waktu dua sampai empat hari dan setelah itu peneliti menghubungi responden untuk memastikan kesediaan responden untuk diwawancara.

Pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara tersebut mencakup mengenai bagaimana penerapan Etika pada Bisnis di era pandemic saat ini, adapun beberapa pertanyaan untuk para responden tersebut:

1. Bagaimana kondisi keuntungan dan kerugian bisnis anda di era pademi covid-19?
2. Bagaimana penerapan protokol kesehatan yang anda berlakukan ketika berjualan di erapandemi covid-19 saat ini?
3. Inovasi apa yang anda munculkan agar penjualan anda tidak menurun secara drastis?
4. Dengan adanya pembatasan sosial yang diberlakukan saat ini, bagaimana dengan pelayanan yang anda berikan kepada konsumen agar tetap melayani secara maksimal?
5. Bagaimana menurut anda mengenai promosi di beberapa media sosial dan platform belanja online, apakah cukup membantu di era covid-19 saat ini?
6. Bagaimana anda menerapkan etika bisnis di tengah pendemi yang berlangsung?

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 8 orang, dimana kesemuanya adalah pelaku bisnis di bidang perdagangan seperti pedagang masker, makanan dengan sistem *delivery order* dan beberapa profesi lainnya yang terkena dampak dari pandemi covid-19 saat ini, adapun para responden yang akan di wawancarai disajikan pada Tabel1.

**Tabel 1. Responden Penelitian**

No	Nama	Jenis Usaha	Alamat
1	Mbak G	Pedagang makanan, sistem <i>delivery order</i>	Pohgajih, Selorejo, Blitar
2	Mbak AR	Pemilik toko “My Hijab Shop”	Jl. Raya Kembar Selorejo, Blitar
3	Mbak N	Penjual baju dan masker secara online	Kesamben, Blitar
4	Mbak W	Penjual merchandise k-pop	Shopee: w.wendyyyyy Blitar Kota
5	Mas AR	Pemilik <i>counter</i> pulsa dan aksesoris HP	Kebonagung, Wonodadi, Blitar
6	Mbak D	Penjual kendang	Jimbe, Blitar
7	Mbak A	Penjual serba-serbi kebutuhan rumah secara online	Wlingi, Blitar
8	Pak B	Pemilik “Martabak Bagyo”	Jl. Merdeka, Wates

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu teknik penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan data-data yang telah dikumpulkan dengan cara memperhatikan dan merekam sebanyak mungkin aspek yang diteliti sehingga mendapatkan gambaran secara menyeluruh tentang kondisi yang sebenarnya (Creswell, 2016:127).

Informasi yang diperoleh dari para responden akan diolah dengan cara: Menelaah seluruh data dari berbagai sumber, mereduksi data dan mengkategorisasikan. Sedangkan untuk memperdalam pembahasan peneliti juga menambahkan kajian pustaka dari berbagai sumber, antara lain artikel ilmiah, buku, dan sumber lain yang sesuai dengan pembahasan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data yang sudah terkumpul, di reduksi kemudian disajikan dengan cara yang lebih mudah dipahami, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang didasarkan pada pengamatan menyeluruh dari hasil wawancara dengan responden. Selama proses penelitian data yang diperoleh dari pelaku wirausaha, dipelajari dan diolah kemudian dianalisis. Dalam proses analisis data, data tersebut ditemukan informasi yang kemudian direlevansikan dengan teori- teori atau penelitian sebelumnya yang ada sebagai referensi.

Hasil wawancara responden terkait **“Pengaruh Etika Bisnis dalam Kegiatan Berwirausaha di Era Pandemi Covid-19”**:

Pandemi Covid-19 seketika menimbulkan berbagai masalah di dunia termasuk di Indonesia sendiri. Dampak yang dirasakan cukup signifikan terutama di bidang perekonomian, dalam waktu kurun dua minggu semua fasilitas umum, pusat perbelanjaan, atau tempat yang mengundang banyak kerumunan masa berkumpul telah ditutup sehingga tidak ada yang bisa berkelit dari kemunculan virus Covid-19. Pandemic ini menghantam kondisi perekonomian di Indonesia, banyak pendiri usaha yang mengalami istilahnya kemunduran atau kerugian yang cukup besar hal tersebut dikarenakan menurunnya omset penjualan sehingga para pelaku usaha harus mencari cara agar terus tetap bertahan selama masa pandemic Covid-19.

Pandemic Covid-19 tentunya mempengaruhi bisnis di masa seperti ini. Salah satu penyebabnya yaitu konsumen yang jarang keluar rumah, hanya berbelanja seperlunya, selebihnya melakukan via online. Selain itu, pembatasan sosial pun menyebabkan berbagai aktivitas bisnis harus dilakukan secara jarak jauh. Para pekerja juga harus melakukan WFH (*Work Form Home*), kebijakan ini di ambil karena melihat banyaknya kasus yang terkena semakin meningkat. Hal ini diungkapkan oleh salah satu partisipan Penjual Kendang di Jimbe, Mbak D terkait dari pertanyaan tentang “bagaimana kondisi keuntungan dan kerugian bisnis anda di era pademi covid-19?”:

*“Ya gimana ya, pandemi ini sangat mempunyai efek besar sekali sih soalnya konsumen pada berkurang terus kan akhirnya pendapatan pun juga menurun ya. Adanya pandemi seperti ini kita harus bisa menyesuaikan diri, mikir gimana caranya dagangan kita tetap terjual, usaha tetap jalan. Waktu kemarin ketika ada aturan semua ditutup total kami juga kelabakan kebingungan, biasanya kami ini bisa kirim barang ke luar kota tapi ini harus berhenti tapi alhamdulillah sekarang sudah mulai berjalan normal mbak”.*

Etika bisnis adalah cara untuk melakukan kegiatan bisnis meliputi seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan masyarakat. Dalam dunia bisnis yang sedang terjadi dengan wabah corona peran etika bisnis sangatlah penting. Dikarenakan etika bisnis bertujuan untuk membantu para pelaku bisnis dalam menentukan keputusan yang tepat dalam berbisnis di situasi sekarang ini. Etika bisnis ini juga bertujuan untuk mendorong kesadaran moral bagi para pelaku usaha. Berikut merupakan dampak dari adanya virus corona terhadap kelangsungan bisnis:

1. Beberapa sektor bisnis mengalami keadaan terpuruk dan terjadi penurunan pendapatan
2. Banyak konsumen yang mulai beralih menggunakan pembayaran non tunai untuk mencegah penyebaran virus corona
3. Adanya ancaman PHK besar-besaran bagi karyawan yang bekerja di sector bisnis
4. Memperlambat laju pertumbuhan perusahaan startup dikarenakan para investor ragu untuk menyuntikkan dananya di kondisi pandemic seperti ini
5. Penurunan aktivitas jual beli

Menyikapi adanya dampak pandemic Covid-19, para pelaku usaha harus berusahamenemukan alternative lain agar tetap berjalannya bisnis mereka. Disamping itu para pelaku usaha harus menerapkan etika dalam berbisnis seperti:

1. Kejujuran. Dalam kegiatan bisnis ini merupakan prinsip yang paling mendasar yang harus dilakukan karena akan menjaga kepuasan pelanggan. Pelaksanaan prinsip kejujuran antara lain kesesuaian antara pelaku bisnis serta konsumen menimpa produk yang dijual serta di beli.
2. Tidak diperbolehkan membandingkan produk sendiri dengan menjelekkan bisnis orang lain. Prinsip ini banyak pelaku bisnis yang telah mempunyai nama, hingga hendak sangat mempengaruhi pada "nama baik" ataupun brand dari bisnis itu sendiri.
3. Tidak melakukan penimbunan barang dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh.
4. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
5. Bisnis harus dilakukan tanpa adanya unsur paksaan, dalam pelaksanaan bisnis harus dilakukan adanya kesepakatan dua belah pihak.

Dalam dunia berbisnis di tengah pandemic seperti ini, peran etika bisnis sangat penting. Karena etika bisnis merupakan segmen etika terapan yang mencoba untuk mengontrol dan memeriksa pengaturan moral dan etika perusahaan serta mendalami seberapa baik atau buruk perusahaan membahas masalah moral dalam berbisnis. Penerapan prinsip otonomi seperti penerapan protokol kesehatan selama masa pandemi dalam bisnisnya, penerapan penggunaan masker dan penyediaan sabun pembersih tangan sebelum melakukan transaksi, hal-hal seperti ini dilakukan sebagai penerapan tanggungjawab moral atas keputusan yang diambil pelaku usaha dalam masa pandemic. Hal ini berdasarkan penjelasan oleh Pak B, pemilik usaha Martabak Bagyo terkait pertanyaan "bagaimana penerapan protokol kesehatan yang anda berlakukan ketika berjualan di era pandemi covid-19 saat ini?":

*"Protokol kesehatan sudah saya lakukan sesuai aturan-aturan pemerintah mbak dan saya juga tetap memberikan pelayanan yang terbaik untuk kepuasan pelanggan saya. Saya selalu menjaga kebersihan untuk tetap terjaga kualitas produk kemudian*

*saya juga menyediakan tempat buat cuci tangan. Saya juga tidak menaikkan harganya mbak padahal kan di tengah kondisi seperti ini semua mahal kan ya, tujuan saya tidak menaikkan harga biar pelanggan kembali lagi untuk beli disini”.*

Adapun penjelasan lain dari Mas AR selaku pemilik counter pulsa dan aksesoris hp:

*“Kalau di toko saya sudah saya sediakan tempat pencuci tangan beserta sabunnya dan di bagian bufet saya berikan penghalang berupa mika bening setinggi 1 meter agar penjual dan pembeli tidak kontak langsung, saya juga mencoba memberikan pinjaman pulsa dan paket data untuk pembeli yang daerah rumahnya di sekitar sini saja mbak, nanti pembayarandilakukan setiap hari kamis jadi tidak perlu datang setiap saat ketika membutuhkan pulsa ataupun paket data dan token listrik.”*

Menyikapi adanya dampak pandemic Covid-19, maka para pelaku usaha diharuskan menemukan alternative lain agar tetap dapat menjalankan bisnis mereka sehingga tidak mengalami kerugian yang berkelanjutan. Posisi pelaku wirausaha selama masa pandemi yaitumelakukan pengembangan strategi pemasaran yang tepat untuk memenuhi target penjualan maupun produktivitas yang lebih baik. Berikut alternative strategi yang dapat dilakukan oleh para pelaku bisnis di masa pandemic, yaitu :

#### 1. Inovasi Produk

Adanya aturan pemerintah untuk pembatasan social membuat masyarakat harus mengurangi aktivitasnya membuat pelaku bisnis harus memutar otak membuat inovasi baru. Ditengah pandemic seperti ini banyak masyarakat yang mengalami penurunan pendapatan ataubahkan di PHK oleh perusahaan. Untuk bertahan di masa sekarang ini harus ada terobosan baru dari perusahaan, inovasi tetap dilakukan dengan tetap menjaga kualitas produk. Dalam proses produksipun pelaku usaha tetap harus menerapkan protocol kesehatan dimana mencucitangan menggunakan sabun sebelum atau sesudah beraktivitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mbak G, pengusaha makanan dengan sistem *delivery order* terkait pertanyaan mengenai “inovasi apa yang anda munculkan agar penjualan anda tidak menurun secara drastis?”:

*“Di masa pandemi seperti ini ya harus ada inovasi baru untuk mempertahankan jualan ini, meskipun pembeli tidak seramai dulu. Sebelumnya kan kita menjual*

*makanan dan minuman yang sudah jadi, nah di masa pandemi ini kita juga menjual makanan dengan bentuk frozen food. Ya tujuannya supaya mereka bisa meracik makanan mereka sendiri, kualitas dari makanan juga tetap terjaga, selain itu ya kalau untuk dikirim ke luar kota pun masih aman”.*

## 2. Peningkatan Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan hal yang harus tetap dijaga dan ditingkatkan. Kualitas layanan harus terus dikembangkan dan diperharui dengan mengikti jaman yang semakin berkembang. Pelaku usaha dalam menggunakan layanan harus tetap dilakukan langsung dari tempat usaha maupun dari rumah dengan konsep *work form home* seperti yang dianjurkan oleh pemerintah kita. Dari strategi ini pelaku usaha bisa menggunakan layanan jasa pesan antar seperti gojek, grab, dan lainnya untuk mengirimkan barang yang dipesan oleh konsumen. Adapun startegi lain dengan menggunakan sistem *pre-order* atau produk dibuat sesuai dengan jumlah pesanan dan waktu pesanan yang telah ditentukan.

Model strategi seperti ini mampu meminimalisir kerugian dalam usaha karena pelaku usaha telah mengetahui pasti jumlah produk yang akan dibuat/dikirimkan berbeda dengan penjualan setiap harinya yang belum tentu pasti berapa jumlah barang yang akan terjual. Sedangkan dari sisi konsumen, strategi ini juga menguntungkan dikarenakan konsumen tidak perlu khawatir akan kehabisan suatu produk yang diinginkan. Selain itu pelaku usaha bisa meminta *social media* konsumen untuk digunakan sebagai evaluasi layanan yang diberikan apakah layanan sudah memuaskan atau belum, sehingga jika ada penilain yang kurang bagus dari konsumen para pelaku usaha bisa melihat apa saja kekurangan dari usaha tersebut dan kemudian meningkatkan kualitas layanan. Berikut keterangan dari Mbak AF, pemilik toko “My Hijab Shop” terkait pertanyaan tentang “dengan adanya pembatasan sosial yang diberlakukan saat ini, bagaimana dengan pelayanan yang anda berikan kepada konsumen agartetap melayani secara maksimal?”:

*“Karena adanya corona jadi toko kami bukanya dari pagi jam 08.00 wib sampai sore jam 17.00 wib saja. Karena kalau kita masih menerapkan buka jam toko yang lama kita nantibakal kena sweeping dari Satpol PP. Selain itu para pelanggan sebelum*

*masuk toko kami, sudah kami sediakan tempat cuci tangan atau handsanitizer dan cek suhu di depan toko. Biasanya saat mendekati puasa atau hari raya pasti mengalami kelonjakan tapi karena masa pandemi kami mengalami penurunan, untuk mengatasi hal tersebut pelayanan yang kami berikan yaitu dengan membuka online shop di beberapa platform belanja online, seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada.”*

Adapun penjelasan lain dari Mbak W selaku pemilik usaha online Merchandise k-pop:

*“Selama pandemi ini saya kan cuma WFH (Work From Home) kan mbak jadi usaha ini sebenarnya hanya sampingan saja tapi berhubung pandemi covid-19 penghasilan tetap saya tidak bisa di andalkan, akhirnya saya harus memaksimalkan pelayanan di usaha online ini, saya lebih sering upload katalog stiker terbaru, fankit k-pop, open pre order album k-pop dan personal order barang-barang k-pop akan saya maksimalkan untuk mencarikan barang yang diinginkan tersebut. Pelayanan setiap saat ketika saya tidak tidur akan saya usahakan selalu fast respon, dan setiap hari Minggu saya usahakan melakukan COD dengan customer yang berada di wilayah Kota Blitar. Ya apapun itu saya lakukan yang terbaik dan semaksimal mungkin mbak biar bisa memuaskan customer.”*

### 3. Penggunaan Platform Digital

Pada era revolusi industri 4.0 para pelaku usaha memang seharusnya sudah mulai bertransformasi kepada perdagangan digital baik melalui *e-commerce* ataupun social media seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*, walaupun masih juga menawarkan kepada beberapa langganan tetap yang sudah sering belanja. Penggunaan social media saat ini digunakan untuk promosi penjualan dari suatu usaha dikarenakan bisa menjangkau ke seluruh penjuru Indonesia. Penjualan seperti sangat cocok diterapkan di masa pandemic seperti ini, hal ini juga direspon positif oleh pelaku usaha dengan menggunakan *e-money* sebagai alat pembayarannya meskipun diawal menjalankan penjualan secara seperti ini sempat merasa kewalahan. Berikut penjelasan dari Mbak A selaku pengusaha penjual perabotan rumah secara online terkait dengan pertanyaan “Bagaimana menurut anda mengenai promosi di beberapa media sosial dan platform belanja online, apakah cukup membantu di era covid-19 saat ini ?”:

*“Sebelumnya memang sudah pakai sosial media untuk berjualan dan alhamdulillah selalu ramai pembeli tapi waktu awal-awal ada corona memang minat pembeli turun. Tapi semenjak kami mulai menjual produk lewat e-commerce, alhamdulillah sekarang sudah mulai ramai lagi. Para pelanggan pun juga gak perlu bertanya apakah barang a,b,c masih ada karena mereka langsung bisa lihat stock barang yang mereka inginkan, ya jadinya lebih efektif lah mbak”*

Adapun penjelasan lain dari Mbak N selaku penjual baju dan masker :

*“Untuk saat ini promosi yang dilakukan hanya lewat sosial media saja belum begitu besar tapi kadang disaat ada event seperti 5.5, 6.6 kami juga mengadakan potongan harga. Kami juga melayani pembayaran lewat aplikasi seperti Ovo, Dana, Shopeepay untuk mencegah adanya bersentuhan tangan mbak”.*

Tindakan para pelaku usaha menggunakan *platform digital* sebagai wadah promosi dan berkomunikasi langsung dengan konsumen, ternyata banyak yang membuahkan hasil yang baik. Dengan menggunakan metode seperti ini para pelaku bisnis bisa melihat bahwa penjualan *online* memiliki prospek yang baik untuk kedepannya serta mampu mempertahankan usahanya dan membiayai seluruh kebutuhan operasional setiap hari dan bulannya. Karena jika para pelaku usaha tidak menerapkan metode seperti ini apalagi di masapandemic sangat kecil kemungkinan akan bisa bertahan usahanya walaupun belum mengembalikan omset seperti dulu setidaknya penjualan *online* mampu menutup biaya operasional yang dibayarkan oleh perusahaan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa kewirausahaan dan etika bisnis berpengaruh signifikan. Artinya jika kewirausahaan dan etika bisnis meningkat maka akan meningkatkan keberhasilan usaha pelaku bisnis. Dengan pengalaman sebelumnya pemilik usaha banyak belajar dari orang lain dan belajar dari pengalamannya sendiri. Fakta tersebut sesuai dengan pendapat Pinaryo, (2014:60) memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan, atau kompetensi.

Wabah pandemi ini menuntut pelaku wirausaha bisa beradaptasi dengan kondisi yang terjadi saat ini salah satunya adalah mereka harus bisa memanfaatkan teknologi yang ada seperti berjualan secara online menggunakan media sosial, menambah kualitas pelayanan kepada konsumen dan membuat deversifikasi produk maupun jasa untuk meningkatkan kinerja bisnisnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu hasil yang sudah kelompok kami bandingkan dan ditarik kesimpulan ialah para pedagang atau pelaku usaha sudah semestinya untuk menerapkan etika bisnis dengan sebaik-baiknya agar kegiatan bisnis mereka tetap berjalan lancar dan tidak mengecewakan para pelanggannya, dampak positif dari penerepan etika bisnissangat besar pengaruhnya dalam hal berbisnis terlebih diimbangi dengan penggunaan *platform* digital untuk berjualan secara *oline* agar perluasan pasar dan mendapatkan keuntungan lebih mudah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abintoro Prakoso.(2015). Etika Profesi Hukum, LaksBang Justitia,. Surabaya.
- Agus, Arijanto.(2013).Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis Edisi I Cet 2, Rajawali Pers,. Jakarta Ali, mohammad haidar. (2020). Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi Umkm. *Eco-Entrepreneurship*, 6(1), 34–42.
- Aswand, H. (2018). Jurnal Warta Edisi : 57 Juli 2018 | ISSN : 1829-7463. *Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis*.
- Casson, M. (2012). Entrepreneurship. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Chaniago, Harmon. 2013. *Manajemen Kantor Kontemporer*. Bandung: Akbar. *Limas Perkasa Diumumkan Awal Maret, Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia dari Januari*. (n.d.). Retrieved July 7, 2021, from <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>
- Ernawan, E. R. (2011). *Business Ethics (Bandung: Alfabeta)*. 9. Fahmi, Irham. (2014). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Alfabeta.
- Febrilia, D., Asriati, N., & Herkulana. (2019). Effects of Entrepreneurship and Business Ethics on Business. *Artikel Penelitian*, 2–6.
- Jabar Tertinggi Lagi! Ini Sebaran 5.656 Kasus Baru COVID-19 RI 14 April*. (n.d.). Retrieved July 7, 2021, from <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5532459/jabar-tertinggi-lagi-ini-sebaran-5656-kasus-baru-covid-19-ri-14-april>
- Kurniawan, P. (2020). Etika Bisnis Islam Terhadap Penimbun Barang Akibat Covid-19. *Journal.Stiemb.Ac.Id*, 4(3), 275–281. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/375>

- Kutter, J. S., Spronken, M. I., Fraaij, P. L., Fouchier, R. A., & Herfst, S. (2018). Transmission routes of respiratory viruses among humans. *Current Opinion in Virology*, 28(7), 142–151. <https://doi.org/10.1016/j.coviro.2018.01.001>
- Polri: Masker-Hand Sanitizer Langka karena Permintaan Tinggi. (n.d.). Retrieved July 7, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200324163937-12-486574/polri-masker-hand-sanitizer-langka-karena-permintaan-tinggi>
- Sinuor Yosephus.(2010). Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap. Perilaku Pebisnis,Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Timbun dan Jual Masker Harga Tinggi, 33 Orang Jadi Tersangka. (n.d.). Retrieved July 7, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200402195123-12-489774/timbun-dan-jual-masker-harga-tinggi-33-orang-jadi-tersangka>
- Wahidah, I., Athallah, R., Hartono, N. F. S., Rafqie, M. C. A., & Septiadi, M. A. (2020). Pandemi COVID-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegahan. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 11(3), 179–188. <https://doi.org/10.29244/jmo.v11i3.31695>
- Zebua, D. D. N., & Sunaryanto, L. T. (2021). Platform Digital Sebagai Alternatif Bertahan Di Era Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku Bisnis Pertanian. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 848. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i1.4834>