

**PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA *ONLINE SHOP* MILIK
MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN**

SKRIPSI

**OLEH
UTIN WIDA HANIFAH
F1031201031**



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2024**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA *ONLINE SHOP* MILIK
MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial
Program Studi Pendidikan Ekonomi

**OLEH
UTIN WIDA HANIFAH
F1031201031**




**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2024**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA *ONLINE SHOP* MILIK
MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN**


**UTIN WIDA HANIFAH
F1031201031**

Disetujui Oleh

Pembimbing I


**Dr. Oklanna, M.Si
NIP. 196210231990022001**

Pembimbing II


**Heni Kuswanti, M.Pd
NIP. 199008152019032018**

Disahkan Oleh

Dekan FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak



**Ahmad Yani T, M.Pd
NIP. 196604011991021001**

Lulus tanggal: 30 April 2024

**PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA *ONLINE SHOP* MILIK
MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN**

**UTIN WIDA HANIFAH
F1031201031**

Disetujui Oleh

Pembimbing I


**Dr. Okianna, M.Si
NIP. 196210231990022001**

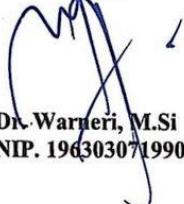
Pembimbing II


**Heni Kuswanti, M.Pd
NIP. 199008152019032018**


Penguji I


**Dr. Endang Purwaningsih, M.M
NIP. 195911281987032002**

Penguji II


**Dr. Warneri, M.Si
NIP. 196303071990021001**

**Mengetahui
Ketua Program Studi,**


**Heni Kuswanti, M.Pd
NIP. 199008152019032018**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Utin Wida Hanifah

Nim : F1031201031

Jurusan/Program Studi : Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial/Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pontianak, 30 April 2024
Yang membuat Pernyataan,



Utin Wida Hanifah
NIM. F1031201031

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, sehingga peneliti bisa menyusun dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Pada *Online Shop* Milik Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan” dengan baik.

Skripsi ini dibuat dan disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak karena keterbatasan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Okianna, M.Si selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, saran dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Heni Kuswanti, M.Pd selaku Dosen Pembimbing kedua sekaligus Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bimbingan, masukan saran dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Ahmad Yani T, M.Pd selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Dr. Imran, M.Kes selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Dr. Warneri, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Kedua orang tua yang tidak habis-habisnya memberikan dukungan motivasi dan selalu mendoakan yang terbaik agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada Syarifah Halifah, Mutiara Aprilia, Verly Eka Damayanti, selaku sahabat penulis yang senantiasa menemani peneliti dalam keadaan sulit dan senang, serta memberikan dukungan serta motivasi dan memberikan doa setiap langkah yang peneliti lalui sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
9. Serta seluruh Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2020, 2021, 2022 yang sudah memberikan dukungan serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dari segi penulisan maupun pemahaman peneliti, sumber maupun referensi lain. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pontianak, 30 April 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	9
E. Ruang Lingkup Penelitian	9
1. Fokus Penelitian	10
2. Operasional Konsep	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Etika Bisnis	12
1. Pengertian Etika Bisnis	12
2. Teori Etika Bisnis	13
3. Tujuan Etika Bisnis	14
4. Manfaat Etika Bisnis	15
5. Prinsip Etika Bisnis	15
6. Peraturan Komunitas Shopee	16

B. <i>Online Shop</i>	22
C. Kendala Penerapan Etika Bisnis.....	21
D. Solusi Kendala Penerapan Etika Bisnis.....	25
E. Kerangka Konsep	26
F. Penelitian yang Relevan.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Kehadiran Peneliti	31
C. Lokasi Penelitian.....	32
D. Informan Penelitian.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Instrumen Pengumpulan Data.....	36
G. Analisis Data.....	38
H. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Gambaran Umum.....	41
2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
B. Pembahasan	83
1. Perencanaan etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.....	84
2. Penerapan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.....	86
3. Kendala dalam menerapkan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.....	94

4. Solusi dari kendala dalam menerapkan prinsip etika bisnis mahasiswa	
Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.....	96
BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang relevan.....	27
Tabel 3.1 Data Pelaku Bisnis <i>Online Shop</i>	33
Tabel 3.2 Data Konsumen.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konsep.....	26
Gambar 3.1 Peta Lokasi FKIP Universitas Tanjungpura.....	32
Gambar 4.1 Bentuk kejujuran penjual dengan menampilkan produk yang sesuai.....	48
Gambar 4.2 Bentuk kendala dari konsumen NHY terkait kesalahan pengiriman barang ...	58
Gambar 4.3 Bentuk kepercayaan pelanggan dengan melakukan pembelian berulang.....	60
Gambar 4.4 Bentuk kepercayaan pelanggan dengan melakukan pembelian berulang.....	61
Gambar 4.5 Bentuk kepercayaan pelanggan dengan melakukan pembelian berulang.....	62
Gambar 4.6 Bentuk kepercayaan konsumen dengan pembelian berulang.....	66
Gambar 4.7 Bentuk layanan penjual yang sabar dan responsif.....	69
Gambar 4.8 Testimoni dari konsumen terlihat menggunakan packaging yang premium....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing	105
Lampiran 2 Surat Izin Pra Riset.....	106
Lampiran 3 Kisi-Kisi Wawancara.....	107
Lampiran 4 Pedoman Wawancara	108
Lampiran 5 Pedoman Wawancara	110
Lampiran 6 Pedoman Wawancara	112
Lampiran 7 Pedoman Wawancara	115
Lampiran 8 Pedoman Observasi	118
Lampiran 9 Pedoman Observasi	119
Lampiran 10 Hasil Wawancara.....	121
Lampiran 11 Hasil Wawancara.....	124
Lampiran 12 Hasil Wawancara.....	127
Lampiran 13 Hasil Wawancara.....	130
Lampiran 14 Hasil Wawancara.....	133
Lampiran 15 Hasil Wawancara.....	136
Lampiran 16 Kisi Kisi Wawancara	139
Lampiran 17 Hasil Wawancara.....	140
Lampiran 18 Hasil Wawancara.....	143
Lampiran 19 Hasil Wawancara.....	146
Lampiran 20 Hasil Wawancara.....	149
Lampiran 21 Hasil Wawancara.....	152
Lampiran 22 Hasil Wawancara.....	154
Lampiran 23 Hasil Wawancara.....	148
Lampiran 24 Hasil Wawancara.....	150
Lampiran 25 Hasil Wawancara.....	152
Lampiran 26 Hasil Wawancara.....	156
Lampiran 27 Dokumentasi Observasi.....	161

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis pada *online shop* milik mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan dan teknik pengumpulan datanya dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan pada perencanaan etika bisnis mahasiswa pendidikan ekonomi menekankan kualitas produk dan layanan, juga prinsip jujur dan transparan, serta strategi pemasaran efektif dengan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar. Sedangkan dalam penerapan etika bisnis, mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan melakukan praktik bisnis yang transparan, menerapkan perilaku yang adil, dan memberi perhatian terhadap kebutuhan konsumen guna membangun hubungan bisnis yang baik. Meskipun dalam penerapan etika bisnisnya mengalami kendala, terlihat bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan selaku penjual menciptakan lingkungan bisnis yang beretika. Kendala yang dihadapi meliputi keterlambatan pengiriman, barang tidak diambil, kesalahan pengiriman, tekanan dalam mencapai target penjualan, dan persaingan bisnis intensif. Dari kendala tersebut, terdapat pula solusi yang diusulkan yaitu dengan mencari pengiriman reguler untuk mengurangi keterlambatan, menjual kembali barang tidak diambil, memberikan pengertian kepada konsumen terkait kendala, meningkatkan komunikasi terbuka kepada konsumen, dan memberikan pelatihan pada karyawan untuk mencapai target penjualan. Ini menunjukkan komitmen penjual dalam menerapkan etika bisnis yang positif.

Kata Kunci : Etika Bisnis, *Online Shop*, Ekonomi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Li Jie dkk., secara etimologis, etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang berarti sikap, cara berpikir, kebiasaan, adat istiadat, tata krama, perasaan, dan kesusilaan. Aristoteles, seorang filsuf Yunani, menggunakan istilah etika untuk merujuk pada filsafat moral. Oleh karena itu, etika berarti prinsip, norma, dan standar perilaku yang mengatur kepribadian dan kelompok seseorang untuk membedakan mana yang benar dan mana yang salah (Li Jie dkk., 2023). Etika bisnis (*businessethics*) bertujuan untuk melarang perilaku tidak patut terhadap perusahaan, pejabat dan karyawannya (Arrisman, 2018).

Menurut Supirman Rahman & Nurul Qomar, etika merupakan konsepsi tentang baik atau buruknya perangai atau perilaku seseorang. Sedangkan moral adalah perilaku yang baik atau buruknya seseorang. Etika merupakan ide-ide, cita-cita tentang dambaan kebaikan perbuatan atau perilaku manusia. Etika senantiasa memberikan contoh-contoh yang baik, sementara moral selalu memberi penilaian terhadap pelaksanaan dari contoh-contoh yang diberikan oleh etika. Oleh karenanya orang beretika adalah orang yang memberi contoh perilaku keteladanan, sedangkan yang bermoral adalah orang yang melakoni keteladanan itu (Supirman & Nurul, 2014).

Etika sebagai nilai dan moral dalam suatu kehidupan bermasyarakat, nilai-nilai yang dianggap membuat manusia memiliki perilaku yang baik dan benar, merupakan suatu kebutuhan. Masyarakat menjadi faktor bertahannya nilai-nilai tersebut dalam kehidupan, karena tanpa nilai-nilai yang dapat menjaga persatuan, manusia akan berperilaku menurut kehendaknya sendiri dan merugikan orang lain guna mengakhiri keberadaan masyarakat itu sendiri. Hal ini didukung dengan teori Stanwick & Stanwick etika merupakan nilai-nilai yang digunakan seseorang untuk menafsirkan apakah tindakan atau perilaku tertentu dapat diterima dan sesuai dengan norma-norma serta kaedah yang berlaku (Stanwick & Stanwick, 2013).

Dalam jual beli juga dianjurkan untuk menggunakan etika karena dengan akhlak maka orang akan berperilaku baik dan benar. Tanpa etika, orang atau penjual dan konsumen akan berbuat seenaknya. Jika seorang penjual atau produsen tidak memiliki etika atau standar dalam hidupnya, biasanya orang tersebut hanya tertarik pada dirinya sendiri dan hanya tertarik pada keuntungan. Begitupula menurut teori Van Hooft dalam bukunya, mendefinisikan etika yaitu nilai-nilai, karakter dan etos dari individu maupun kelompok dalam bertindak berlaku terbuka dan jujur tanpa menyembunyikan kebenaran (Van Hooft, 2014). Sedangkan bisnis menurut Aremu (2015) adalah sebuah organisasi yang dirancang untuk menyediakan barang, jasa, atau keduanya kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan.

Secara teori, norma umum biasanya berlaku umum atau universal, tidak kenal tempat, waktu dan lingkungan masyarakat. Yang artinya kapanpun dan dimanapun lingkungan manapun akan menerapkan norma atau etika. Sedangkan norma khusus berlaku pada tempat, waktu dan lingkungan tertentu, serta mengatur kegiatan dan bidang kehidupan tertentu. Norma umum yang dilakukan dalam *online shop* ini adalah norma moral, yaitu aturan mengenai sikap, perilaku dan tindakan seseorang produsen maupun konsumem. Dalam hal ini norma moral sangat berhubungan dengan hal-hal yang memberikan dampak begitu besar bagi kehidupan masyarakat dan kesejahteraan personal maupun kelompok. Norma moral ini mengatur agar seseorang tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan dirinya sendiri dan tidak merugikan satu sama lain.

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak sekali perkembangan teknologi pada era globalisasi saat ini. Etika bisnis penting diterapkan dalam era globalisasi, di mana persaingan bisnis semakin ketat dan kompleks (Purba & Purba, 2024). Apa yang kita semua inginkan ada di internet, termasuk yang sedang trending saat ini adalah *online shop*. Salah satu kemudahan yang dapat diakses oleh setiap orang melalui internet adalah *online shop*. Dengan hadirnya media *web* ini, sangat mudah dilakukan oleh pembeli dan penjual. Dahulu sebelum adanya internet, pemasaran suatu produk atau jasa biasanya dilakukan secara *offline* di lokasi usaha berupa toko, mall, atau warung. Selain itu, saat ini bisnis apa pun pasti dapat mengakses internet untuk memasarkan produk yang dapat di jangkau oleh semua orang.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, banyak penjualan *online* yang sering kita temui melalui jejaring sosial dan *marketplace* seperti *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, *Blibli*, *Bukalapak* atau *website* resmi toko *online* terkait. Hal ini tentunya akan semakin populer diberbagai kalangan, terutama di kalangan mahasiswa kai tannya dengan kaum milenial, seperti mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura yang juga pengguna internet.

Berbicara mengenai etika bisnis pada *online shop*, tentunya ada kesalahan atau pelanggaran etika bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis. Pelaku bisnis tersebut merupakan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura. Pelanggaran etika bisnis yang dilakukan yaitu seperti, ketidaksesuaian foto produk yang ada di media sosial dengan barang yang diterima, dan ketika konsumen kecewa mengetahui barang yang tidak sesuai tersebutpun melakukan komplain, tetapi dari pihak penjual tidak memberi ganti rugi ataupun minta maaf kepada konsumen tersebut karena merasa produknya tidak jauh beda dari apa yang telah ditampilkan pada media sosial.

Dalam praktek jual beli online akan muncul dua kepentingan yang saling bertolak belakang, yaitu keinginan pelaku bisnis untuk berhasil dalam meraih keuntungan sedangkan di sisi lain konsumen berharap mendapatkan produk yang bagus dengan harga ekonomis. Oleh karena itu, pelaku bisnis berupaya mencapai kepentingannya dengan berbagai cara sehingga mungkin saja mengabaikan kepentingan pihak lain seperti konsumen. Hal ini didukung dengan teori dari Hasoloan (2018) yang menerangkan Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting, Suatu perusahaan akan berhasil bukan hanya berland-

askan moral dan manajemen yang baik saja, tetapi juga harus memiliki etika bisnis yang baik. Perusahaan harus dapat mempertahankan mutu serta dapat memenuhi permintaan pasar yang sesuai dengan apa yang dianggap baik dan diterima masyarakat.

Perilaku mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura dalam melakukan transaksi jual beli *online* tentunya memiliki karakteristik dan sifat yang berbeda-beda bagi setiap individu. Transaksi *online* dalam jual beli *online* adalah suatu kegiatan jual beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms dan sebagainya (Pratama, 2020). Tapi pada dasarnya, ada beberapa penjual diluar sana yang melakukan pelanggaran etika bisnis yang tanpa disadarinya membuat konsumen hilang *respect* atau hilang kepercayaan kepada *online shop* tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura yang berinisial SS. Menunjukkan bahwa pelaku pemasaran SS merekayasa foto produk dengan mengambil foto produk dari *online shop* lain yang menjual produk yang serupa dengannya. Serta pelaku pemasaran SS tidak menghiraukan komplain dari konsumen atau bersikap cuek. Hal ini merupakan pelanggaran etika bisnis ketika pelaku pemasaran tidak dapat dipercaya oleh konsumen dan juga tidak menerapkan etika kejujuran pada produk yang ditampilkan di situs *web* atau media sosial *online shop* nya. Menurut Maharani (2017) Kejujuran dan tanggung jawab dalam berdagang dilakukan untuk menjaga kepercayaan orang lain. Seseorang harus menanamkan sifat jujur

dan tanggung jawab adalah akhlak yang paling utama untuk memperbaiki kinerja bisnis. Dengan memberikan barang sesuai dengan kriteria yang diminta dan tidak cacat atau lainnya.

Perilaku di atas merupakan contoh dari perilaku menyimpang yang telah dilakukan oleh para pelaku pemasaran *online shop*. Oleh karena itu, memicu peneliti untuk mengkaji lebih lanjut terkait permasalahan yang terjadi, serta didukung dengan wawancara oleh para pelaku pemasaran *online shop* terutama pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura beserta penelitian-penelitian terdahulu dalam penyusunan nya.

Peneliti juga telah melakukan pra riset kepada seluruh mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura angkatan 2020 – 2022 yang memiliki bisnis *online shop*. Berdasarkan informasi yang didapat dari pra riset tersebut maka jumlah mahasiswa pendidikan ekonomi yang mempunyai *online shop* adalah sebanyak 6 orang.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mabarroh Azizah (2020) dalam jurnal “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring di Toko *Online Shopee*” menunjukkan bahwa hasil penelitian terdapat praktek jual beli secara daring yang belum menerapkan etika bisnis. Hal ini dilihat dari prinsip tanggung jawab mendeskripsikan etika barang yang telah dibeli sampai kepada konsumen dan terdapat ketidaksesuaian khususnya mengenai barang yang tidak sesuai dengan gambar yang telah diunggah, sehingga pembeli tidak nyaman saat memakainya. Serta dari pihak penjual tidak mau bertanggung jawab dengan alasan tidak menerima komplek dalam bentuk apapun.

Berdasarkan teori dan data yang telah di paparkan di atas maka telah jelas bahwa dalam jual beli online di Toko Shopee, melanggar prinsip tanggung jawab. Karena, pihak penjual tidak mau menerima komplain dalam bentuk apapun kecuali sudah ada perjanjian terlebih dahulu. Pihak penjual masih memikirkan kepentingannya sendiri dengan tidak memperhatikan hak pembeli. Hal inilah yang membuat peneliti semakin tertarik untuk melakukan penelitian tentang etika bisnis dengan harapan dapat memberikan dorongan bagi kesadaran moral dan memberikan batasan bagi para pengusaha untuk menjalankan bisnis secara jujur kedepannya.

Pada penelitian ini ada hal yang melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian ini, peneliti terinspirasi dari mata kuliah Etika Bisnis yang diampu pada semester 6 lalu, yang mana dalam perkuliahannya membahas tentang etika bisnis pada perusahaan-perusahaan yang menjalankan bisnis. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Penerapan Etika Bisnis Pada *Online Shop* Milik Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana “Penerapan Etika Bisnis Pada *Online Shop* Milik Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN”. Adapun pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura?
2. Bagaimana penerapan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura?

3. Bagaimana kendala dalam menerapkan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura?
4. Bagaimana solusi dari kendala dalam menerapkan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perencanaan etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.
2. Untuk mengetahui penerapan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.
3. Untuk mengetahui kendala dalam menerapkan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.
4. Untuk mengetahui solusi dari kendala dalam menerapkan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.

D. Manfaat Penelitian

Pada dasarnya suatu penelitian yang dilakukan seseorang diharapkan akan memberikan suatu manfaat. Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat secara teoritis dan secara praktis :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diperoleh pada penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan mengembangkan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya mengenai Penerapan Etika Berbisnis Pada *Online*

Shop Milik Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan tentang penerapan dari etika berbisnis pada *online shop* milik mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa membantu mahasiswa agar menerapkan ilmu yang diperoleh yang berkaitan dengan etika dalam berbisnis.

c. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan referensi untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan penerapan dari etika berbisnis pada *online shop* milik mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dimaksud untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai batasan dari penelitian. Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian, dibawah ini dijelaskan mengenai fokus penelitian dan operasional konsep sebagai berikut:

1. Fokus Penelitian

Untuk membantu peneliti menjawab pertanyaan dan mencapai tujuan penelitian, maka dibuatlah fokus penelitian untuk memberikan batasan penelitian ini. Berikut fokus penelitian pada skripsi ini :

- a. Perencanaan etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.
- b. Penerapan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.
- c. Kendala dalam menerapkan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.
- d. Solusi dari kendala dalam menerapkan prinsip etika bisnis mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.

2. Operasional Konsep

Untuk memperjelas dan membatasi penggunaan istilah yang ada pada penelitian ini, adapun yang dimaksud yaitu :

a. Etika Bisnis

Dalam penelitian ini, etika bisnis yang dimaksud adalah prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip kepercayaan, prinsip simpatik moral yang menjadi pegangan atau pedoman bagi para pelaku bisnis. Dengan demikian seluruh aspek bisnis dapat dijalankan sesuai dengan norma, nilai dan perilaku yang adil sehingga menimbulkan citra pengelolaan bisnis yang baik . Bukan hanya sebatas analisis norma moral dan nilai moral, tetapi sebagai

pelaku bisnis harus mengimplementasikannya analisis ke dalam rangkaian proses kegiatan bisnisnya secara adil, baik dan beretika. Ini juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mendukung keberlanjutan perusahaan, mencegah masalah hukum dan mencegah reputasi satu sama lain dari dampak kerugian.

b. *Online Shop*

Online shop yang dimaksud peneliti disini adalah bentuk bisnis yang menjual produk atau layanan melalui *platform* internet. Dalam *online shop*, para penjual dapat menampilkan produk mereka secara virtual pada situs web atau aplikasi, dan pembeli dapat memilih produk yang mereka inginkan dengan melakukan pembelian secara *online*. Pada dasarnya, *online shop* mirip dengan toko fisik, tetapi transaksi jual beli terjadi di lingkungan digital. dengan menggunakan *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp* atau *website* resmi toko *online* terkait sebagai perantara.

Kegiatan belanja *online* ini merupakan bentuk komunikasi yang tidak memerlukan pertemuan tatap muka. Belanja *online* juga dapat diakses oleh semua kalangan dimana saja dan kapan saja, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Adapun *platform online shop* yang digunakan oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura adalah *Shopee*, *Instagram*, *Whatsapp*, dan *Facebook*.