

**PERAN ETIKA BISNIS DALAM PROSES PEMASARAN
PRODUK KERIPIK PISANG GOROHO**

TUGAS AKHIR

Oleh

**WISYE PETRONELA LAIRA
NIM : 19 052 013**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
TAHUN 2022**

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL DALAM	I
ABSTRAK	II
ABSTRACT	III
MOTTO.....	IV
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	V
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	VI
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TA	VII
BIOGRAFI.....	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
LAMPIRAN.....	XV

BAB I	PENDAHULUAN	
	1.1 Latar belakang.....	1
	1.2 dentifikasi Masalah.....	3
	1.3 Perumusan Masalah.....	3
	1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	
	2.2.1 Landasan Teori	5
	2.2.2 Hasil Penelitian Relevan.....	20
BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1 Tempat dan waktu penelitian.....	21
	3.2 Jenis dan Metode Penelitian	21
	3.2.1 Jenis Penelitian	21
	3.2.2 Metode Penelitian	21
	3.3. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data	22
	3.3.1 Jenis Data.....	22
	3.3.2 Metode Pengumpulan Data	22

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil.....	23
4.1.1 Gambar Produk.....	23
4.2 Pembahasan	23
BAB V PENUTUP.....	
4.1 Kesimpulan.....	28
4.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA.....	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Etika bisnis merupakan bidang ilmu yang terkadang dilupakan banyak orang dalam menjalankan usahanya padahal etika bisnis sangat berperan penting dimana etika bisa memberikan pemahaman bagi para pengusaha dalam menjalankan usahanya. Bagaimana seorang pengusaha bersikap ramah terhadap pembeli serta meningkatkan aspek-aspek kejujuran dalam memperkenalkan produk yang akan di tawarkan kepada pembeli.

Etika bisnis dapat diartikan sebagai aturan yang tidak mengikat karena bukan hukum. Tetapi harus dapat diingat dalam menjalankan suatu usaha sehari-hari. Etika bisnis sangat penting karena dalam dunia usaha tidak pernah lepas dari elemen-elemen lainnya. Keberadaan usaha pada hakikatnya untuk memenuhi kebutuhan.

Dalam menciptakan etika bisnis, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain yaitu pengendalian diri, pengembangan tanggungjawab sosial, mempertahankan jati diri, menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep pembangunan tanggung jawab sosial, (koneksi, kolusi, dan korupsi) mampu mengatakan yang benar itu adalah benar, dan lain-lain. Dengan adanya moral dan etika dalam dunia bisnis dan kesadaran dari semua pihak untuk melaksanakannya, kita yakin kesenjangan sosial itu dapat dikurangi. Serta optimis kendala-kendala dalam menghadapi era globalisasi dapat diatasi.

Etika merupakan nilai moral yang dijunjung tinggi oleh masyarakat dalam segala aspek, termasuk dalam melakukan usaha ada sebuah etika di dalamnya yaitu etika bisnis. Etika bisnis dijadikan sebagai acuan atau arah untuk menjalankan suatu usaha dimana etika ini mengatur segala cara dalam menjalankan usaha atau bisnis dalam segala aspek mulai dari yang berkaitan dengan individu (konsumen) yang datang membeli produk kita hal yang perlu diperhatikan yaitu bersikap ramah terhadap pelanggan serta bersikap jujur dalam memberitahukan kelebihan maupun kekurangan dari produk yang kita jual.

Moral seorang pengusaha maupun pelaku bisnis adalah merupakan sesuatu yang dapat mendorong orang lain untuk melakukan kebaikan etika, bertindak sebagai rambu-rambu (sign) yang merupakan kesepakatan secara sukarela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang bermoral akan mampu mengembangkan etika (patokan atau rambu-rambu) yang menjamin kegiatan bisnis yang baik dan seimbang, selaras dan serasi.

Etika Bisnis berfungsi sebagai controlling (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar yang memimpin individu. Dengan kata lain etika prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi.

1.2 Identifikasi Masalah

Salah satu segmen yang menarik untuk diidentifikasi adalah aspek-aspek apa saja yang perlu diperhatikan dalam proses pemasaran produk, serta bagaimana peran etika bisnis dalam proses pemasaran produk. Alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang atau penjual yang tidak sesuai dengan etika bisnis. Selain itu ada penjual ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau murah hati dengan ditandai pelayanan dengan raut wajah yang kurang bersahabat. Dan juga perlu meningkatkan keramahan dalam melayani pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui apa saja yang dapat meningkatkan aspek kejujuran dalam proses pemasaran produk?
2. Mengetahui aspek-aspek penting dalam menjalankan suatu bisnis/usaha?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penulisan

1. Memberikan pemahaman etika bisnis kepada para pengusaha/pebisnis dalam memasarkan produk
2. Memberikan pemahaman tentang aspek-aspek peranan etika bisnis

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini memberikan deskripsi pengembangan yang baik yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang peran etika bisnis dalam proses pemasaran produk.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penjual

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para penjual dalam meningkatkan keramahan dalam melayani pembeli.