

## PERANAN *LEARNING MANAGEMENT SYSTEM* DALAM PEMBELAJARAN KOMUNIKASI BISNIS GUNA MENERAPKAN ETIKA BERBISNIS

Muhammad Prayoga Adie Pradja<sup>1)</sup>, Muhammad Prayogi Adie Pradja<sup>2)</sup>, Firgan Febryan<sup>3)</sup>, Muhammad Saeful Hilalulloh<sup>4)</sup>, Muhamad Hilmi Fahrezi<sup>5)</sup>, Tri Lestari<sup>6)</sup>, Karlina<sup>7)</sup>, Ricky Firmansyah<sup>8)</sup>  
Program Studi Manajemen, <sup>1,2,3,4,5,6,7)</sup>Universitas Teknologi Digital, <sup>8)</sup>Universitas ARS  
Penulis Korespondensi : muhammadprayogi10121590@student.stembi.ac.id<sup>2)</sup>, ricky@ars.ac.id<sup>8)</sup>

### Abstrak

Peranan *Learning Management System* Dalam Pembelajaran Komunikasi Bisnis sangatlah penting Guna Menerapkan Etika Berbisnis, didalam penelitian ini memiliki beberapa isu-isu tentang bagaimana pembelajaran generasi milenial menerapkan sebuah etika dalam komunikasi bisnis, karena pada zaman sekarang yang semakin maju haruslah juga mengedepankan etika dalam berkomunikasi apalagi didalam bidang komunikasi bisnis. Tujuan penelitian ini yaitu guna mendukung dan memahami sebuah etika berkomunikasi bisnis supaya mendapatkan rasa hormatnya dan jika sudah mendapatkan rasa hormat tersebut maka akan dimudahkan dalam berkomunikasi. Didalam penelitian ini menggunakan metode penelitian Studi Literatur yang menggunakan 4 penelitian terdahulu yang terjamin dan hasilnya akan dideskripsikan oleh peneliti. Dalam hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti ialah peran *Learning management System* sangatlah berguna dalam pembelajaran komunikasi bisnis guna mendukung penerapan etika dalam berkomunikasi. Oleh karena itulah mengapa pembelajaran komunikasi bisnis sangatlah penting bagi yang akan terjun langsung pada bidang bisnis. karena jika generasi milenial telah memahami apa itu etika dalam komunikasi bisnis, maka akan dimudahkan dalam berbisnis seperti kinerja dalam berkomunikasi yang baik dan beretika dimana sebagai pelaku usaha UMKM maupun karyawan didalam suatu struktur organisasi perusahaan.

**Keywords:** *Learning Management System*, Komunikasi Bisnis, Etika Berbisnis

Article Information:

Received Date: 11 Februari 2023

Revised Date: 18 Februari 2023

Accepted Date: 23 Februari 2023

## PENDAHULUAN

Dalam berinteraksi kepada orang lain sudah merupakan hal yang biasa kita lakukan karena kita sebagai makhluk sosial. Komunikasi adalah hal terpenting dalam berinteraksi terhadap penyampaian pesan ataupun suatu tindakan. Disaat berkomunikasi kita sebagai makhluk sosial juga harus menjaga atau memperhatikan etika, karena jika kita menjaga etika ketika berkomunikasi akan dapat diterima dengan sangat baik oleh lawan bicara. Begitu pula jika kita melakukan kegiatan bisnis haruslah menjaga etika pada saat berkomunikasi. Berkomunikasi dalam bisnis bukan sebuah hal yang mudah dalam penerapannya. Karena dibutuhkan suatu kemampuan yang baik agar komunikasi berjalan dengan apa yang kita inginkan (Rakhma & Tazqiya, 2022).

Realita dalam dunia bisnis, banyak sekali konflik dalam komunitas bisnis disebabkan karena kesalahan-kesalahan yang mereka lakukan. Para profesional dalam dunia bisnis banyak yang belum memahami komunikasi bisnis yang baik apalagi para generasi milenial yang masih harus banyak belajar, dikarenakan banyaknya generasi milenial yang tidak beretika dalam berkomunikasi apalagi dalam bisnis. Oleh karena itu pembelajaran komunikasi bisnis sangatlah berperan terhadap kemajuan bisnis jika kita menerapkan etika (Lailia, 2021).

Peran dari *Learning management System* dalam pembelajaran bisa mendukung bagi generasi milenial untuk mengetahui apa itu pembelajaran yang terkait dengan pembelajaran komunikasi bisnis dan bagi generasi milenial haruslah menerapkan juga tentang etika di dalam bidang komunikasi bisnis, oleh karena itu peran *LMS* sangatlah penting bagi kita para generasi milenial yang sedang belajar melalui media berbasis web yang terhubung melalui suatu jaringan internet dimana menjadi sebuah tempat untuk belajar. (Prayogi Adie Pradja, Saeful Hilalulloh, &

Firmansyah, 2022)

Pembelajaran komunikasi bisnis yang efektif yaitu dengan cara berinteraksi hingga mencapai sebuah tujuan yang diinginkan oleh bisnis. Didalam tujuannya yaitu meningkatkan bisnis dan mengurangi sebuah kesalahan yang tidak diinginkan. Karena itu komunikasi bisnis menjadi katagori ilmu terapan. Pentingnya sebuah komunikasi bisnis yaitu menghadirkan sebuah ide atau gagasan terhadap bisnis baru, membuat suatu rencana atau proposal dalam bisnis, membuat perjanjian, dan membuat keputusan yang tepat karena sudah menjalin komunikasi bisnis yang baik, pembelajaran inilah yang akan mendukung generasi milenial yang akan mulai kegiatan berbisnis karena jika sudah memahami apa itu komunikasi bisnis maka akan mendukung dalam kegiatan bisnis. (Almeida, 2021).

Komunikasi bisnis memiliki sebuah tujuan yang dapat ditentukan dalam tujuan bisnis yaitu terlihat sebagai adanya sebuah pertukaran, didalam setiap komunikasi bisnis melibatkan sedikitnya 2 ataupun lebih serta berisi beberapa informasi, suatu opini ataupun gagasan dalam bisnis, ini adalah isi dari beberapa penyampaian yang terkait dalam komunikasi bisnis tersebut dan dimana dapat mencapai sebuah target dan tujuan bisnis, karena tujuan tersebut telah ditetapkan oleh manajemen bisnis (Santoso, 2021).

Dalam kegiatan yang banyak diterapkan dalam dunia bisnis pada era sekarang adalah dengan cara online. Seperti yang telah dilakukan generasi milenial di era sekarang digitaliaasi adalah cara yang efektif dalam berbisnis, akan tetapi banyaknya yang kurang memahami komunikasi bisnis yang baik atau beretika, contohnya yaitu ada sebuah aplikasi jual-beli online yang dimana sang penjual menawarkan sebuah produknya dengan cara yang tidak beretika atau contoh lainnya yaitu berbisnis dengan menipu para pembeli yang dimana pembeli tersebut membeli barang yang

dia inginkan akan tetapi yang datang malah barang yang aneh-aneh dan itu tidak patut untuk dicontoh oleh generasi milenial (Zis, 2021).

Semua organisasi bisnis haruslah menerapkan etika berkomunikasi dalam bisnis, karena penitng sekali dalam membangun sebuah hubungan yang baik dengan relasi kerja, atau para pemegang saham. Dalam etika komunikasi bisnis yaitu memberikan banyak sekali hal yang positif bagi pembisnis. Oleh karena itu etika komunikasi bisnis memiliki sebuah peranan yang sangat penting terhadap menghargai dan juga menjaga citra bisnis (Choiri & Obeit, 2022).

Sukses atau gagalnya sebuah bisnis bisa ditentukan dari etika komunikasi bisnis. Itulah mengapa jika melakukan sebuah tindakan yang tidak etis akan membuat sebuah tindakan balasan dari pihak yang menjadi mitra bisnisnya. Oleh karena itu etika dalam berkomunikasi sangatlah penting dan patut untuk diterapkan oleh pebisnis milenial agar dijauhkan dengan hal-hal yang tidak diinginkan dalam berbisnis terhadap kerjasama dengan pihak yang bersangkutan (Falincia & Carolina, 2021).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Peran *Learning Management System*

Didalam perannya *Learning Management System* atau yang sering kita kenal sebagai (*LMS*) sangatlah berperan untuk menyampaikan sebuah pembelajaran bagi generasi milenial, dimana materi pembelajarannya mengenai komunikasi bisnis dan dimana generasi ini diharuskan menerapkan sebuah etika dalam berkomunikasi guna meningkatkan kinerja dalam bidang bisnis. Oleh karena itu pembelajaran komunikasi bisnis patut untuk dipelajari dan diterapkannya etika didalam pembelajarn *learning management system* ini sangatlah berguna untuk diterapkan. (Yulianto, 2020)

## Komunikasi Bisnis

Dalam menjalankan komunikasi bisnis merupakan sebuah hal yang sangat penting dimana suatu bisnis ataupun perusahaan tersebut yang akan menerapkannya. Karena komunikasi bisa diartikan sebagai sebuah komunikasi yang diterapkan dengan cara *verbal* ataupun dengan cara *non verbal* dimana didalam berkomunikasi ini dapat berisi sebuah pendapat, ide-ide, gagasan, maupun juga sebuah informasi yang sangat penting bagi bisnis atau juga perusahaan terkait yang akan menerapkan suatu komunikasi bisnis yang beretika guna mendukung komunikasi yang baik. (Priharto, 2019).

Komunikasi bisnis juga merupakan suatu komunikasi yang dilakukan dalam berbisnis, dan mencakup beberapa macam hal seperti komunikasi yang baik, komunikasi *verbal* dan juga *non verbal* guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh pebisnis maupun perusahaan. Adapun komunikasi bisnis adalah sebuah proses pertukaran beberapa informasi bisnis dalam bentuk sistem dan juga struktur organisasi yang bisa kondusif terhadap efisiensi yang maksimal dan efektifitas dalam suatu produk kerja yang ada pada perusahaan maka komunikasi bisnis adalah sebuah proses sosial yang dimana kita akan mencapai suatu kesimpulan yang diinginkan serta dapat menghasilkan sebuah kinerja yang efektif. Dan dimana terdapat banyaknya permasalahan komunikasi didalam struktur oraganisasi perusahaan. (Pranawukir & Elisabet hamboer, 2021)

## Fungsi dalam Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis memiliki beberapa fungsi untuk mencapai sebuah tujuan yang relevan di dalam berbisnis ialah diantaranya sebagai berikut:

### 1. Fungsi *Informatif*

Dalam hal ini fungsi *informatif* dapat digunakan oleh karyawan supaya dapat melakukan kegiatan kerja serta tugas

mereka dengan lebih efisien dan efektif. Sebuah informasi yang dibutuhkan terkait beberapa hal yang dapat mencakup hubungan dengan pekerjaan (prosedur, tujuan, dan peraturan lainnya), standar kerja dan sosio emotional perusahaan secara umum, serta laba perusahaan.

#### 2. Fungsi *Regulatory*

Komunikasi adalah fungsi berupa alat dalam mengendalikan dan mengontrol jalannya sebuah organisasi. Bentuk Komunikasi fungsi *regulatory* ini dapat berupa sebuah laporan serta perintah.

#### 3. Fungsi *Persuasif*

Dalam fungsi *persuasif* ini dapat terjadi pada saat komunikasi dan interaksi antar karyawan, tujuan komunikasi ini adalah supaya satu dan lainnya dapat saling menerima masukan atau ide-ide dari karyawan lainnya.

#### 4. Fungsi *Integratif*

Fungsi *integratif* dapat terjadi didalam sebuah perusahaan ini akan membuat perusahaan tersebut saling beroperasi dengan utuh dan terpadu. Hal ini dapat dilakukan dengan cara sebuah komunikasi yang terjadi didalam perusahaan telah dapat berjalan secara baik akan mencapai fungsi *integratif* yang diinginkan dan dicapai oleh sebuah perusahaan. (Ramadhani, 2020).

### **Tujuan Komunikasi Bisnis**

Dalam komunikasi bisnis terjadi komunikasi dalam beberapa bentuk sebuah simbol-simbol, ataupun makna *verbal* dan juga *non verbal*, maupun pertukaran ide gagasan, serta memiliki sebuah tujuan komunikasi. Pada umumnya ialah memberi sebuah informasi (*informing*), persuasi (*persuading*) dan melakukan kolaborasi (*collaborating*) dengan pelanggan maupun konsumen. Akan tetapi beberapa tujuan tersebut memiliki sebuah penjelasan lengkap seperti hal berikut ini :

#### 1. Melakukan Sebuah kegiatan Informasi (*Informing*)

Informasi yang dimaksud ini adalah informasi yang memiliki sebuah terkaitan bersama aktivitas dengan berbagai pihak. Contohnya karyawan sales yang ingin meningkatkan sebuah target pencapaiannya, maka dia akan berusaha untuk melakukan pemasangan iklan di berbagai media. Berbagai media ini memiliki sebuah kelebihan dan kekurangan baik dalam sisi biaya maupun dari sisi *impact* yang didapat. Dalam cara penyampaian informasi dalam setiap media juga dapat menjadi faktor penentu awal keberhasilan iklan tersebut.

#### 2. Melakukan Sebuah Kegiatan Persuasi (*Persuading*)

Persuasi adalah tata cara terbaik dalam melakukan sebuah komunikasi yang digunakan saat ingin meyakinkan dan mempengaruhi orang lain. Persuasi juga dapat sering dilakukan dalam aktivitas kegiatan pemasaran supaya dapat mempengaruhi orang untuk membeli produk atau juga penegasan saat melakukan konfirmasi pesanan konsumen supaya tidak terjadi kesalahan dalam pemesanan produk yang dibeli.

#### 3. Melakukan Sebuah Kegiatan Kolaborasi (*Collaborating*)

Kolaborasi ialah salah satu bentuk kerjasama serta interaksi pihak-pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung yang dapat menerima manfaat dan akibat. Serta adanya komunikasi inilah yang membuat kerjasama antar bisnis dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Komunikasi bisnis ini dapat dilakukan dengan bermacam media ialah contohnya melalui *email*, *telephone*, *instagram*, serta media lainnya. (Fathurohman & Safitri, 2021)

### **Beretika Dalam Komunikasi Bisnis**

Beretika dalam komunikasi bisnis dapat didefinisikan sebagai prinsip kode tertulis ataupun tidak tertulis dan nilai-nilai yang dapat membuat sebuah keputusan dan tindakan dalam bisnis. Etika dalam berkomunikasi bisnis harus menjadi hal yang diterapkan dalam berbisnis di setiap tingkatan organisasi termasuk juga didalam komunikasi terhadap karyawan yaitu kejujuran, kepekaan, keadilan dan juga rasa hormat. Itulah mengapa etika dalam berkomunikasi sangatlah penting digunakan dalam bebisnis. (Philipus, 2019).

Ada beberapa karakteristik terhadap pentingnya sebuah etika dalam berkomunikasi yang telah di gunakan pada dunia bisnis sebagai berikut :

1. Dapat memahami apa saja yang dimaksud dengan tanpa menyerang orang lain
2. Dapat menyajikan informasi yang baik kepada orang banyak
3. Dapat memastikan bahwa seluruh dari informasi yang didapat merupakan hasil yang akurat dan baik
4. Dapat memahami bahwa beretika berkaitan juga dengan beberapa nilai yang baik. (Laia, 2022).

### **Pengaruh Pembelajaran Komunikasi Bisnis Guna Mendukung Generasi Milenial Terhadap Beretika Dalam Komunikasi Bisnis**

Komunikasi bisnis memiliki peran penting dalam mendukung kinerja komunikasi antar bisnis terhadap pembelajaran bagi kaum generasi milenial maupun generasi yang akan mendatang untuk mencapai hal ini setiap materi atau ilmu mengenai komunikasi bisnis harus dipahami betul oleh sebab itulah. Beretika dalam komunikasi bisnis sangatlah penting karena disaat moral atau tata cara kita melakukan berbisnis sudah sepantasnya kita memiliki sebuah etika karena disaat kita memiliki sebuah etika dalam berbisnis sudah dipastikan para pembisnis maupun para

investor maupun konsumen akan menghampiri kita, dikarenakan sebuah kesuksesan atau kemajuan yang unggul diharuskan memiliki sebuah etika/*attitude* dalam melaksanakan atau mengerjakan sebuah pekerjaan yang akan kita lakukan akan jauh lebih baik, efisiensi dan efektifitas produk kerja, secara tidak langsung hal ini dapat mempersiapkan dirinya untuk membentuk kesiapan didalam bekerja dengan salah satu syarat memahami pembelajaran komunikasi bisnis guna meningkatkan kinerja dalam beretika bisnis. (Rozaini & Cristina Purba, 2018)

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode Studi Literatur dan metode tersebut merupakan gagasan utama dalam penulisan jurnal artikel yang peneliti lakukan, dalam metode ini atau yang sering kita kenal juga ialah penelitian yang di dapat dari beberapa jurnal artikel terdahulu yang dimana mencakup fokus dan ruang lingkup penelitian. Ataupun di ukur dalam sebuah studi yang mempelajari berbagai macam masalah yang mengenai dengan pembahasan yang akan diteliti, didalam penelitian ini dimulai dengan cara mengumpulkan beberapa data yang menjadi permasalahan didalam jurnal yang peneliti akan teliti atau dibahas dan yang akan dapat dipercaya, lalu dengan terkumpulnya beberapa data yang didapatkan maka peneliti akan langsung mendeskripsikannya untuk mendapatkan sebuah kesimpulan yang valid dan bermanfaat. (Sugiyono, 2019).

Dengan dilakukannya teknik analisis data dalam penulisan jurnal artikel ini dilakukan dengan cara analisis data sehingga mendapatkan hasil dari kesimpulan yang valid dimana adanya pengembangan dan perbandingan sehingga mendapatkan hasil yang maksimal dan mendapatkan hasil yang diinginkan oleh peneliti, karena jurnal ini bertujuan juga untuk menjadi sebuah pedoman bagi para pembaca ataupun juga para peneliti jurnal-jurnal lainnya. Terhadap jurnal artikel

yang berjudul *Peranan Learning Management System Dalam Pembelajaran Komunikasi Bisnis Guna Menerapkan Etika Berbisnis*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian jurnal artikel ini ditulis dengan mengkaji beberapa data yang didapat dari jurnal artikel terdahulu yang dimana mencakup dengan judul jurnal yang telah peneliti teliti guna mendapatkan beberapa kesimpulan dan saran yang memiliki suatu gagasan baru dan hasil studi literatur yang telah peneliti buat yang dimana berkaitan dengan pembahasan yang akan peneliti lakukan. Peneliti juga menggunakan metode deskriptif yang akan membuat atau menghasilkan sebuah temuan atau gagasan baru yang didapat. Dengan demikian temuan-temuan baru ini akan menjadi suatu pandangan baru terhadap beberapa masalah yang peneliti akan bahas dalam keterkaitan dengan isi judul jurnal artikel penelitian ini.

Dalam beberapa hasil penelitian yang didapat oleh peneliti ini ada 4 jurnal artikel terdahulu, diantaranya yang ada yang terlihat sebagai berikut :

1. Penelitian yang berkaitan dengan jurnal artikel yang berjudul *Pengaruh Mata Kuliah Komunikasi Bisnis dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2013 Universitas Negeri Medan*. Yang telah diteliti oleh Irwansyah dan Pebi Ramadhan Damanik. Yang dimana peneliti telah mendapatkan kesimpulan yang didapatkan yaitu mengenai pembelajaran mata kuliah komunikasi bisnis dan motivasi berwirausaha memiliki kesamaan secara pengaruh kepada minat berwirausaha terhadap mahasiswa yang dimana mereka telah mempelajari materi komunikasi bisnis dan saran saya akan lebih baik menerapkan LMS dalam pembelajarannya guna mendapatkan materi yang lebih

tertata dengan baik. (Irwansyah & Damanik, 2018).

2. Penelitian yang berjudul *Upaya Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Creative Problem Solving Pada Materi Menerapkan Etika Komunikasi Bisnis SMK Negeri 1 Banda Aceh*. Dan dimana penelitian ini diteliti oleh Husna. Yang dimana penelitian ini telah mendapatkan kesimpulan yaitu penerapan model pembelajaran *Creative Problem Solving* ini sangat membantu siswa dan siswi di sekolah SMK Negeri 1 Banda Aceh yang telah terbukti dapat meningkatkan hasil belajar dari siswa dan siswinya, akan tetapi saran dari peneliti masih ada yang kurang, walaupun hasil dari peningkatannya memang ada, akan tetapi penerapan *Learning Management System* pun dalam pembelajaran akan sangat mempermudah bagi para siswa dan siswi di SMK Negeri 1 Banda Aceh. (Husna, 2019).
3. Dalam penelitian yang telah diteliti oleh Galuh Anggraeny yang berjudul *Pembelajaran Dan Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta*, yang dimana ia telah mendapatkan kesimpulan yang menerangkan mengenai Etika Bisnis Islam yang didalam berkomunikasi dengan cara keislaman yang dimana mereka akan memahami betapa pentingnya etika dan moral dalam berkomunikasi dibidang bisnis, apalagi yang dimana generasi milenial ini haruslah menyadari ini guna mengikuti keteladanan Rasulullah sebagai sebuah solusi penetapan etika bisnis yang akan di implementasikan terhadap kegiatan sehari-hari dalam berbisnis. (Anggraeny, 2017).
4. Sedangkan mengenai penelitian jurnal artikel yang didapat oleh Faza Rahmania, Sa'adah, S., Febrianty, V., Putri, S.,

Setiawati, W., dan Firmansyah, R. Yang dimana telah meneliti penelitian yang berjudul Efektivitas Edufeeta Learning Management System Sebagai Media Pembelajaran Online Di Universitas Teknologi Digital. Didalamnya telah mendapatkan kesimpulan mengenai LMS yang dimana menjadi sebuah media pembelajaran yang akan berdampak terhadap pembelajaran itu sendiri yang dimana mempermudah pembelajaran, dikarenakan pemakaian LMS dan sebagian besar hasil survey yang didapatkan oleh penelitian ini mahasiswa menyatakan efektif dalam pembelajaran. Oleh karena itu peneliti memiliki saran yang dimana materi mengenai komunikasi bisnis pun bisa diterapkan di LMS tersebut guna mengefektifkan pembelajaran yang ada. Dan mahasiswa/i pun akan sangat terbantu dan bisa memahami bagaimana penerapan sebuah materi yang diberikan dalam komunikasi bisnis yang baik dan dimana memiliki sebuah materi mengenai etika komunikasi bisnis di LMS tersebut. (Rahmania, et al., 2022).

Hasil dari penelitian yang telah didapat diatas, dimana peneliti telah dapat menyimpulkan mengenai beberapa masalah yang ada pada penelitian artikel yang peneliti teliti yaitu, telah berkesimpulan yang menyatakan berpengaruh dan sangat berpengaruh dimana sebuah peran *learning management system* dalam pembelajaran komunikasi bisnis guna menerapkan etika berbisnis. Oleh karena itu penelitian ini haruslah diberi beberapa pengetahuan yang lebih secara rinci lagi mengenai suatu etika didalam berkomunikasi yang termasuk dalam bidang bisnis, karena mereka harus menyadari betapa pentingnya pembelajaran komunikasi bisnis ini apalagi jika menerapkan sebuah etika. Dimana generasi milenial ini akan menjadi penerus bangsa yang beretika guna menjadi generasi yang bermoral baik dalam berkomunikasi dimana di bidang bisnis yang

kalian lakukan seperti didalam beberapa struktur organisasi perusahaan yang dimana kinerjanya di haruskan memiliki sebuah komunikasi yang baik dan beretika.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Maka didalam penelitian jurnal ini ialah mengenai, peranan *Learning management system* dalam pembelajaran komunikasi bisnis guna mendukung menerapkan etika berbisnis. Dapat disimpulkan bahwa beretika dalam berbisnis sangatlah berperan penting serta diharuskan mempelajari ilmu komunikasi bisnis dengan upaya beretika dalam berbisnis, untuk mencapai itu secara tidak langsung pembelajaran ilmu komunikasi bisnis ini menjadi sebuah acuan dan pedoman untuk mencapai sebuah kesuksesan bagi yang telah memahami dalam berbisnis.

Didalam data penelitian ini bisa kami simpulkan, dalam beberapa jurnal terdahulu pun memberi jawaban yang mendukung mengenai *Learning Management System* sebagai sebuah wadah informasi bagi pembelajaran komunikasi bisnis dalam meningkatkan etos kerja dalam perusahaan serta dapat memaksimalkan kerjasama antar bisnis untuk menempuh sebuah kesuksesan dalam berbisnis, jadi setiap kesuksesan berbisnis harus dibaluri dengan beretika dalam komunikasi bisnis. Oleh karena itu peran beretika serta ilmu pembelajaran komunikasi bisnis ini sangatlah berperan penting bagi generasi milenial jika menerapkannya di dalam membangun atau memiliki sebuah perusahaan ataupun di bidang bisnis.

Saran yang bisa peneliti berikan kepada para semua pembaca jurnal artikel penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi para pembaca jurnal ini disarankan memahami dan mempelajari apa itu komunikasi bisnis yang baik, benar dan serta beretika dibidang bisnis sebagai

bahan referensi guna meningkatkan literasi.

2. Dan saran terakhir yaitu bagi para generasi milenial yang membaca jurnal ini haruslah mempelajari apa itu komunikasi bisnis yang beretika, supaya jika kalian telah memiliki bisnis haruslah menerapkan komunikasi bisnis yang baik.

## REFERENSI

- Almeida, C. (2021, Oktober 26). *Pentingnya Etika Komunikasi dalam Bisnis di Era New Normal*. Diambil kembali dari Kompasiana.com:  
<https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/cyintiaa1903/6177a35f010190096801ddd2/pentingnya-etika-komunikasi-dalam-bisnis-di-era-new-normal>
- Anggraeny, G. (2017, Desember 31). Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta. *Academica : Jurnal Kajian Multidisiplin*, VOL. 1 NO.2. Diambil kembali dari <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/academica/article/view/1031>
- Choiri, & Obeit, E. (2022, Augustus 16). *Penting! Ini 10 Etika dalam Berbisnis yang Wajib Diketahui*. Diambil kembali dari Qwords:  
<https://qwords.com/blog/etika-dalam-bisnis/>
- Falincia, & Carolina, R. (2021, November 16). *Etika Komunikasi Bisnis dalam Dunia Bisnis*. Diambil kembali dari news.limadetik.com:  
<https://news.limadetik.com/etika-komunikasi-bisnis-dalam-dunia-bisnis/>
- Fathurohman, F., & Safitri, L. (2021). KOMUNIKASI BISNIS. Dalam R. S. Tri Herdiawan Apandi (Penyunt.). Subang: POLSUB PRESS.
- Husna. (2019, Oktober 25). Upaya Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Creative Problem Solving Pada Materi Gambar Etika Komunikasi Bisnis SMK Negeri 1 Banda Aceh. *Journal | Jurnal Serambi Akademica*. Diambil kembali dari <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi-akademika/article/view/1513>
- Irwansyah, & Damanik, P. (2018). PENGARUH MATA KULIAH KOMUNIKASI BISNIS DAN MOTIVASI BERWIRSAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MAHASISWA TATA NIAGA 2013 UNIVERSITAS NEGERI MEDAN. VOL 7, NO 1. doi:<https://doi.org/10.24114/niaga.v7i1.9351>
- Laia, V. P. (2022, Desember 6). *Etika dalam Komunikasi Bisnis*. Diambil kembali dari DEPOKPOS:  
<https://www.depokpos.com/2022/12/etika-dalam-komunikasi-bisnis/>
- Lailia, M. (2021, Juni 16). *Etika Komunikasi dalam Berbisnis*. Diambil kembali dari kumparan.com:  
<https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/maghfirotul-lailia/etika-komunikasi-dalam-berbisnis-1vx8Rhr4ybw>
- Philipus, N. (2019). KOMUNIKASI BISNIS YANG ETIS : Sebuah Tinjauan Kritis. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 6(2). Diambil kembali dari <https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JKB/article/view/570>
- Pranawukir, I., & Elisabet hamboer, M. (2021, 10 28). Model Komunikasi Bisnis Jual Beli Buku Melalui Komunikasi Interpersonal dan Komunitas Grup Facebook. *IKRA-ITH HUMANIORA*, Vol 6 No 2 (2022). doi:<https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i2.1498>
- Prayogi Adie Pradja, M., Saeful Hilalulloh, M., & Firmansyah, R. (2022). Peranan Learning Managemet System Dalam Mendukung Model Pembelajaran Blended Learning. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Vokasional (JPTIV)*, Vol 4, No 2. doi:DOI:  
<http://dx.doi.org/10.23960/jpvti.v4.i2.202201>
- Priharto, S. (2019, Oktober 7). *Pengertian Komunikasi Bisnis, Unsur, Tujuan, Teknik, Dan Jenisnya*. Diambil

- kembali dari cpssoft.com:  
<https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-komunikasi-bisnis/>
- Rahmania, F., Khoeriyah, S., Febrianty, V., Putri, S., Setiawati, W., & Firmansyah, R. (2022). Efektivitas Edufecta Learning Management System sebagai Media Pembelajaran Online di Universitas Teknologi Digital. *Jurnal MEKA*.  
doi:<https://ejurnal.poltekkutaraja.ac.id/index.php/meka/article/view/199>
- Rakhma, & Tazqiya, M. (2022). ETIKA KOMUNIKASI BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Orasi Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 13 No. 1*.  
doi:<http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v13i1.9357>
- Ramadhani, N. (2020, Juni 25). *Unsur, Fungsi dan Tujuan dalam Komunikasi Bisnis*. Diambil kembali dari Akseleran: <https://www.akseleran.co.id/blog/komunikasi-bisnis/>
- Rozaini, N., & Cristina Purba, L. (2018). PENGARUH HASIL BELAJAR KOMUNIKASI BISNIS DAN KEMATANGAN VOKASIONAL TERHADAP KESIAPAN. *NIAGAWAN, Vol 7, No 1*. Diambil kembali dari <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/niagawan/article/view/9348>
- Santoso, J. T. (2021, Desember 14). *Komunikasi Dalam Berbisnis*. Diambil kembali dari Universitas STEKOM: <https://stekom.ac.id/artikel/komunikasi-dalam-berbisnis>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Yulianto, A. (2020, Oktober 26). *Manajemen Sistem Informasi dalam Pembelajaran*. Diambil kembali dari kumparan.com: <https://m.kumparan.com/yulianto-aditya/manajemen-sistem-informasi-dalam-pembelajaran-1uSfqjy2goO>
- Zis, S. F. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial, 5(1), 69–87*. doi:<https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>