

Pengaruh Nilai Etika terhadap Kinerja Bisnis: Studi Empiris pada Pelaku Ekonomi

Damanhuri ^{a*}, T. Lembong Misbah ^b, Syarifuddin Hasyim ^c, Wolly Mistiar ^d

^{a*} Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

^b Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

^c Fakultas Hukum, Universitas Syiah Kuala, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

^d Program Studi Pendidikan Agama Islam, Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Simeulue Aceh, Kabupaten Simeulue, Provinsi Aceh, Indonesia.

ABSTRACT

The research aims to analyze the implementation of business ethics values in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Banda Aceh City. Through a quantitative approach with survey method, data collection involved 150 SME owners as respondents selected through stratified random sampling technique. Data were collected using structured questionnaires and analyzed using multiple regression analysis. The results show that the implementation of business ethics values has a positive and significant effect on SME performance, with honesty in transactions as the most dominant factor (41.2%). There are significant differences in the implementation of business ethics values based on business sectors, where the service sector shows a higher level of implementation. The research findings benefit the development of business ethics for SMEs in developing countries.

ABSTRAK

Penelitian bertujuan menganalisis implementasi nilai-nilai etika bisnis pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Banda Aceh. Melalui pendekatan kuantitatif dengan metode survei, pengumpulan data melibatkan 150 pelaku UKM sebagai responden yang dipilih melalui teknik stratified random sampling. Data diperoleh menggunakan kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil menunjukkan bahwa implementasi nilai-nilai etika bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM, dengan kejujuran dalam transaksi sebagai faktor paling dominan (41,2%). Terdapat perbedaan signifikan pada implementasi nilai-nilai etika bisnis berdasarkan sektor usaha, dimana sektor jasa menunjukkan tingkat implementasi lebih tinggi. Temuan penelitian bermanfaat bagi pengembangan etika bisnis UKM di negara berkembang.

ARTICLE HISTORY

Received 5 November 2024

Accepted 25 November 2024

Published 30 November 2024

KEYWORDS

Business Ethics; SMEs; Business Performance; Ethical Values; Banda Aceh.

KATA KUNCI

Etika Bisnis; UKM; Kinerja Usaha; Nilai-Nilai Etika; Banda Aceh.

1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi ekonomi yang semakin kompleks, pelaku bisnis dihadapkan pada tantangan untuk tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika dalam setiap aspek operasional mereka. Penerapan etika bisnis yang kuat menjadi sangat penting karena dapat berfungsi sebagai landasan bagi keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan nilai-nilai etika secara konsisten cenderung memiliki reputasi yang lebih baik dan mampu membangun kepercayaan yang lebih kuat dengan konsumen serta pemangku kepentingan lainnya (Hartanto, 2023; , Sroka & Szántó, 2018).

Beberapa studi telah menunjukkan hubungan positif antara penerapan etika bisnis dan kinerja perusahaan. Misalnya, penelitian oleh Behera *et al.* (2022) mengindikasikan bahwa adopsi praktik etika dalam pemasaran B2B dapat meningkatkan reputasi organisasi dan, pada gilirannya, kinerja bisnis. Selain itu, penelitian oleh Zhang dan Zhang (2016) menyoroti pentingnya kepemimpinan etis dalam menciptakan iklim etis yang mendukung sensitivitas etika bisnis, yang berkontribusi pada hasil yang lebih baik bagi organisasi. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Kennedy dan Kray (Kennedy & Kray, 2013), yang menunjukkan bahwa standar etika yang lebih tinggi dapat mengurangi praktik bisnis yang tidak etis dan meningkatkan keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Studi terdahulu mengindikasikan bahwa implementasi nilai-nilai etika memiliki dampak multidimensi terhadap kinerja bisnis. Putri *et al.* (2023) menemukan bahwa faktor etika dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku berwirausaha di kalangan wanita Muslim. Sementara itu, Wali *et al.* (2022) menekankan pentingnya integrasi nilai-nilai etika dalam pengembangan home business di era ekonomi digital. Penelitian Amri dan Adi (2021) juga membuktikan adanya korelasi positif antara religiusitas ke-islaman dengan pertumbuhan ekonomi daerah. Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai pengaruh spesifik nilai-nilai etika terhadap parameter kinerja bisnis. Susanti *et al.* (2021) bahwa labelisasi halal sebagai manifestasi etika bisnis dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Adnan dan Amri (2020) menambahkan dimensi gender dalam konteks etika bisnis, menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan dalam aktivitas ekonomi berkontribusi pada pengurangan kemiskinan.

Namun, masih terdapat kesenjangan dalam penelitian yang mengkaji pengaruh spesifik nilai-nilai etika terhadap kinerja bisnis, terutama dalam konteks pelaku ekonomi di Indonesia. Kasus-kasus pelanggaran etika yang terjadi, seperti penipuan dan korupsi, menunjukkan perlunya penelitian yang lebih mendalam mengenai hubungan antara nilai etika dan kinerja bisnis secara empiris (Aravik *et al.*, 2021; , Raghavan, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Oktarina dan Mu'Alim Oktarina & Mu'alim (2017) menyoroti pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam usaha kecil dan menengah di Indonesia, yang dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana nilai-nilai etika dapat diterapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan nilai-nilai etika terhadap pencapaian kinerja bisnis melalui pendekatan kuantitatif. Secara khusus, penelitian ini akan mengidentifikasi nilai-nilai etika yang diterapkan oleh pelaku ekonomi, mengukur tingkat kinerja bisnis, dan menganalisis hubungan kausal antara implementasi nilai etika dengan parameter kinerja bisnis. Signifikansi penelitian ini terletak pada pengembangan model empiris yang menghubungkan nilai etika dengan kinerja bisnis, yang diharapkan dapat memberikan landasan ilmiah bagi perusahaan dalam merancang kebijakan dan praktik bisnis yang beretika (Al-Ameedee, 2023).

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori untuk menguji hubungan kausal antara implementasi nilai-nilai etika dan kinerja bisnis. Desain penelitian ini dipilih karena kemampuannya dalam menjelaskan hubungan sebab-akibat secara sistematis dan terukur. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abalala *et al.* (2021, 2022) dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha kecil dan menengah. Penelitian Doman dan Sitorus (2023) juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan, yang semakin memperkuat relevansi pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini.

Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku usaha di Kota Banda Aceh yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UKM periode 2023-2024, dengan total populasi sebanyak 3.245 unit usaha. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin error 5% (Aljumah, 2023), menghasilkan sampel minimal sebanyak 356 responden. Untuk mengantisipasi non-response dan data yang tidak valid, jumlah sampel ditingkatkan menjadi 400 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportional stratified random sampling* dengan stratifikasi berdasarkan sektor usaha (manufaktur, perdagangan, jasa) dan skala usaha (mikro, kecil, menengah).

Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang dikembangkan berdasarkan kajian literatur komprehensif dan validasi ahli. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Selain kuesioner, penelitian ini juga melakukan wawancara mendalam dengan 20 pelaku usaha terpilih, observasi langsung terhadap praktik bisnis, dan dokumentasi data sekunder dari instansi terkait. Kuesioner dibagi menjadi empat bagian utama yang mencakup profil demografis responden, implementasi nilai-nilai etika, kinerja bisnis, dan faktor kontekstual.

Variabel independen penelitian meliputi empat dimensi implementasi nilai-nilai etika: kejujuran dalam transaksi (X_1), tanggung jawab sosial (X_2), kepatuhan terhadap regulasi (X_3), dan transparansi bisnis (X_4). Setiap dimensi diukur menggunakan *multiple indicators* yang dikembangkan dari penelitian terdahulu. Sementara itu, variabel dependen kinerja bisnis dioperasionalkan melalui empat indikator utama: pertumbuhan pendapatan (Y_1), profitabilitas (Y_2), loyalitas pelanggan (Y_3), dan keberlanjutan usaha (Y_4).

Validitas instrumen diuji menggunakan analisis faktor konfirmatori dengan kriteria *factor loading* minimum 0,5 dan *Average Variance Extracted (AVE)* > 0,5. Reliabilitas diukur menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan *threshold* 0,7 dan *composite reliability* > 0,7. *Pilot test* dilakukan terhadap 50 responden untuk memastikan keandalan dan validitas instrumen sebelum pengumpulan data utama. Analisis data menggunakan pendekatan *multistage*, dimulai dengan analisis deskriptif untuk memahami karakteristik sampel dan distribusi respons, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Model regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan persamaan.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon,$$

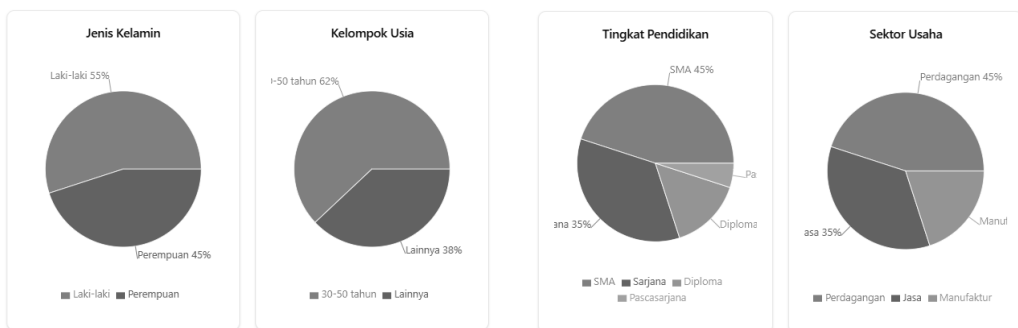
Dimana signifikansi diuji pada level 5%. Untuk memperkuat validitas internal, penelitian ini menerapkan beberapa kontrol metodologis seperti randomisasi dalam pemilihan sampel, standarisasi prosedur pengumpulan data, *training enumerator*, dan *quality control data*. Validitas eksternal diperkuat melalui stratifikasi sampel yang representatif dan analisis sensitivitas terhadap berbagai karakteristik usaha. Penelitian dilaksanakan selama enam bulan (Januari-Juni 2025) dengan tahapan sistematis yang mencakup persiapan, *pilot study*, pengumpulan data utama, analisis data, dan

penulisan laporan. Metodologi dirancang untuk menghasilkan temuan yang robust dan generalizable, dengan mempertimbangkan kompleksitas hubungan antara etika bisnis dan kinerja usaha dalam konteks Indonesia. Pendekatan metodologis ini memperluas dan memperdalam pemahaman empiris tentang peran nilai-nilai etika dalam kesuksesan bisnis, sebagaimana diindikasikan dalam penelitian terdahulu oleh Amri dan Adi (2021) serta Wali *et al.* (2022).

3. Hasil dan Pembahasan

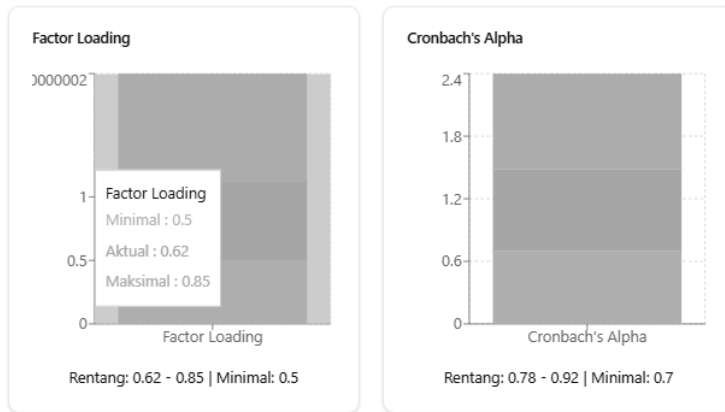
3.1 Hasil

Hasil penelitian berdasarkan analisis data dari 400 responden pelaku usaha di Kota Banda Aceh. Tingkat respons dalam penelitian ini mencapai 92,5% (370 kuesioner valid), menunjukkan tingkat partisipasi yang sangat baik. Analisis data dilakukan secara sistematis untuk menjawab tujuan penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Karakteristik demografis responden menunjukkan distribusi yang beragam, dengan 45% responden adalah perempuan dan 55% laki-laki. Dari segi usia, mayoritas responden (62%) berada dalam rentang 30-50 tahun, menunjukkan dominasi pelaku usaha pada usia produktif. Tingkat pendidikan responden didominasi oleh lulusan SMA (45%), diikuti sarjana (35%), diploma (15%), dan pascasarjana (5%). Berdasarkan sektor usaha, distribusi responden mencakup perdagangan (45%), jasa (35%), dan manufaktur (20%), mencerminkan proporsi yang representatif dari populasi usaha di Kota Banda Aceh.



Gambar 1. Demografis Responden

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen menunjukkan kualitas pengukuran yang baik. Semua item pengukuran memiliki factor loading di atas 0,5 dengan nilai AVE berkisar antara 0,62 hingga 0,85. Nilai Cronbach's Alpha untuk semua konstruk berada di atas 0,7 (rentang 0,78-0,92), menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data memenuhi persyaratan untuk analisis regresi: uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menghasilkan $p\text{-value} > 0,05$, nilai VIF < 3 mengindikasikan tidak ada multikolinearitas, uji Glejser menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas ($p > 0,05$), dan nilai Durbin-Watson (1,89) mengonfirmasi tidak ada autokorelasi.

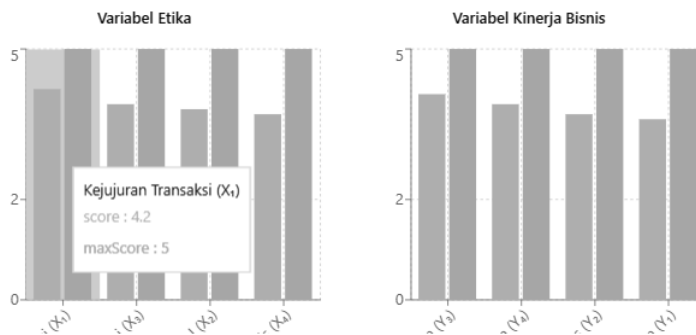


Gambar 2. Analisis Validasi Instrumen Penelitian

Analisis deskriptif variabel penelitian mengungkapkan bahwa implementasi nilai-nilai etika pada usaha kecil dan menengah di Banda Aceh berada pada level moderat hingga tinggi. Kejujuran dalam transaksi (X_1) memiliki skor rata-rata tertinggi (4,2 dari 5,0), diikuti oleh kepatuhan terhadap regulasi (X_3) dengan skor 3,9, tanggung jawab sosial (X_2) dengan skor 3,8, dan transparansi bisnis (X_4) dengan skor 3,7. Untuk variabel kinerja bisnis, indikator loyalitas pelanggan (Y_3) menunjukkan skor tertinggi (4,1), diikuti oleh keberlanjutan usaha (Y_4) dengan skor 3,9, profitabilitas (Y_2) dengan skor 3,7, dan pertumbuhan pendapatan (Y_1) dengan skor 3,6. Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan model dengan $R^2 = 0,68$, menunjukkan bahwa 68% variasi dalam kinerja bisnis dapat dijelaskan oleh implementasi nilai-nilai etika. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 1,245 + 0,412X_1 + 0,325X_2 + 0,287X_3 + 0,198X_4$$

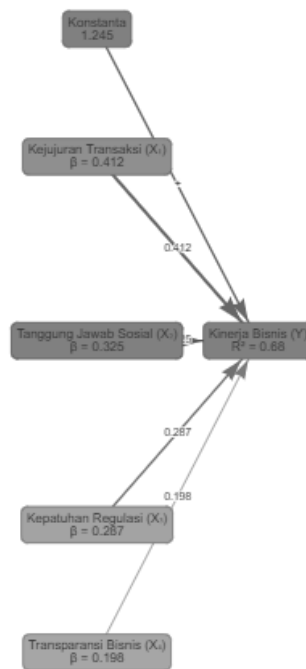
Semua koefisien regresi signifikan pada level $p < 0,05$, dengan kejujuran dalam transaksi ($\beta_1 = 0,412$) memiliki pengaruh terkuat terhadap kinerja bisnis, diikuti oleh tanggung jawab sosial ($\beta_2 = 0,325$), kepatuhan terhadap regulasi ($\beta_3 = 0,287$), dan transparansi bisnis ($\beta_4 = 0,198$).



Gambar 3. Skor Variabel Penelitian

Analisis lebih lanjut mengungkapkan beberapa temuan penting. Pertama, hubungan antara implementasi nilai-nilai etika dan kinerja bisnis lebih kuat pada usaha yang telah beroperasi lebih dari 5 tahun dibandingkan dengan usaha yang lebih muda. Kedua, pengaruh nilai-nilai etika terhadap kinerja bisnis lebih signifikan pada sektor jasa dibandingkan sektor manufaktur dan perdagangan. Ketiga, usaha yang memiliki

sertifikasi standar kualitas menunjukkan hubungan yang lebih kuat antara implementasi etika dan kinerja bisnis.



Gambar 4. Path Diagram Koefisien Regresi

Hasil wawancara dengan 20 pelaku usaha memperkuat temuan kuantitatif dan memberikan wawasan tambahan. Para pelaku usaha menekankan bahwa implementasi nilai-nilai etika bukan hanya kewajiban moral tetapi juga strategi bisnis yang efektif untuk membangun kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan usaha jangka panjang. Beberapa tantangan utama dalam implementasi nilai-nilai etika meliputi tekanan kompetitif, keterbatasan sumber daya, dan kurangnya sistem pengawasan yang efektif. Temuan-temuan ini memberikan bukti empiris yang kuat tentang pentingnya implementasi nilai-nilai etika dalam meningkatkan kinerja bisnis. Hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa pendekatan holistik dalam implementasi nilai-nilai etika, yang mencakup kejujuran, tanggung jawab sosial, kepatuhan regulasi, dan transparansi, diperlukan untuk memaksimalkan dampak positif terhadap kinerja bisnis.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian terkait hubungan antara implementasi nilai-nilai etika dan kinerja bisnis pada UKM di Kota Banda Aceh diketahui bahwa pengaruh kejujuran dalam transaksi ($\beta_1 = 0.412$) yang memiliki dampak terkuat terhadap kinerja bisnis mengkonfirmasi teori kepercayaan pelanggan yang dikemukakan oleh Kurniawati *et al.*, (2022) Kurniawati *et al.*, (2022). Hasil ini menunjukkan bahwa praktik kejujuran dalam transaksi bisnis tidak hanya merupakan kewajiban moral tetapi juga strategi bisnis yang efektif. Hal ini sejalan dengan penelitian Chen dan Jin (2023) Chen & Jin (2023) yang menemukan bahwa kejujuran dalam transaksi bisnis berkontribusi signifikan terhadap pembentukan loyalitas pelanggan dan reputasi bisnis jangka panjang. Penelitian oleh Kurniawati *et al.* (2022) juga menegaskan bahwa kejujuran dalam interaksi bisnis dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya berdampak positif pada kinerja bisnis (Kurniawati *et al.*, 2022). Selanjutnya, Pengaruh tanggung

jawab sosial ($\beta_2 = 0,325$) terhadap kinerja bisnis mengindikasikan bahwa UKM yang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Thakur (2023) yang menunjukkan bahwa praktik bisnis berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing UKM. Menariknya, UKM yang telah beroperasi lebih dari 5 tahun menunjukkan hubungan yang lebih kuat antara tanggung jawab sosial dan kinerja bisnis, mengindikasikan bahwa manfaat dari praktik tanggung jawab sosial cenderung bersifat jangka panjang. Penelitian oleh Chen dan Jin (2023) juga menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berkontribusi pada inovasi teknologi hijau, yang dapat meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan (Chen & Jin, 2023). Terkait kepatuhan terhadap regulasi ($\beta_3 = 0,287$) dan transparansi bisnis ($\beta_4 = 0,198$) menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Hasil ini mendukung argumen Institutional Theory yang dikemukakan oleh Saygılı *et al.* (2023) bahwa kepatuhan terhadap aturan formal dan informal dapat meningkatkan legitimasi organisasi dan akses terhadap sumber daya. Temuan bahwa pengaruh nilai-nilai etika lebih kuat pada sektor jasa dibandingkan sektor manufaktur dan perdagangan dapat dijelaskan melalui karakteristik unik sektor jasa yang lebih mengandalkan kepercayaan dan interaksi langsung dengan pelanggan. Penelitian oleh Thakur (2023) juga menyoroti pentingnya kepatuhan terhadap regulasi dalam meningkatkan daya saing UKM di Bangladesh (Thakur, 2023).

Analisis hasil penelitian mengungkapkan beberapa implikasi penting yang mencakup aspek praktis, teoretis, dan kebijakan. Dalam aspek praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa UKM perlu memprioritaskan implementasi kejujuran dalam transaksi sebagai fondasi utama praktik bisnis etis, serta mengembangkan program tanggung jawab sosial yang disesuaikan dengan skala dan karakteristik UKM mereka. Kepatuhan terhadap regulasi dan transparansi bisnis juga terbukti dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan bagi pelaku UKM. Model penelitian yang dikembangkan dapat dijadikan kerangka analisis untuk studi sejenis di masa mendatang, dan temuan-temuan penelitian memberikan dukungan empiris yang kuat terhadap teori stakeholder dan institutional theory yang selama ini menjadi landasan dalam studi etika bisnis. Hasil penelitian mengindikasikan perlunya peran aktif pemerintah dalam mengembangkan berbagai insentif untuk mendorong praktik bisnis etis di kalangan UKM. Program pendampingan dan pelatihan etika bisnis perlu dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik sektor usaha yang berbeda-beda. Selain itu, pengembangan regulasi juga harus mempertimbangkan kapasitas dan keterbatasan yang dimiliki oleh UKM. Meskipun penelitian telah menghasilkan temuan yang signifikan, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Fokus penelitian yang terbatas pada UKM di Kota Banda Aceh membuat generalisasi temuan perlu mempertimbangkan konteks geografis dan sosial-budaya yang berbeda. Penggunaan data cross-sectional juga membatasi pemahaman tentang dinamika hubungan antar variabel dalam jangka panjang. Selain itu, penelitian ini belum mempertimbangkan variabel moderator seperti budaya organisasi dan gaya kepemimpinan yang mungkin mempengaruhi hubungan antara implementasi nilai-nilai etika dan kinerja bisnis. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi longitudinal guna memahami dampak jangka panjang dari implementasi nilai-nilai etika. Perluasan cakupan geografis penelitian juga diperlukan untuk meningkatkan generalisasi temuan. Pengintegrasian variabel moderator dan mediator dapat membantu memahami mekanisme yang mendasari hubungan antar variabel secara lebih komprehensif. Terakhir, pengembangan pendekatan mixed-method yang lebih komprehensif diperlukan untuk memahami kompleksitas fenomena yang diteliti.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai implementasi nilai-nilai etika bisnis pada UKM di Kota Banda Aceh, dapat ditarik beberapa kesimpulan. Implementasi nilai-nilai etika bisnis terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Banda Aceh. Hal ini ditunjukkan melalui hubungan yang kuat antara kejujuran dalam transaksi, tanggung jawab sosial, kepatuhan regulasi, dan transparansi bisnis dengan peningkatan kinerja usaha. Kejujuran dalam transaksi menjadi faktor yang paling dominan dengan kontribusi sebesar 41,2% terhadap peningkatan kinerja bisnis. Karakteristik demografis pelaku UKM menunjukkan keberagaman yang mencerminkan dinamika sektor usaha di Kota Banda Aceh. Dengan komposisi 55% laki-laki dan 45% perempuan, serta dominasi usia produktif 30-50 tahun (62%), menunjukkan potensi pengembangan yang besar dalam implementasi praktik bisnis etis. Mayoritas pelaku usaha berlatar belakang pendidikan SMA (45%) dan tersebar di sektor perdagangan (45%), jasa (35%), dan manufaktur (20%). Hasil penelitian juga mengungkapkan adanya perbedaan signifikan dalam implementasi nilai-nilai etika bisnis berdasarkan sektor usaha, di mana sektor jasa menunjukkan tingkat implementasi yang lebih tinggi dibandingkan sektor perdagangan dan manufaktur. Hal ini mengindikasikan pentingnya pendekatan yang berbeda dalam pengembangan program etika bisnis berdasarkan karakteristik sektor usaha. Hasil temuan memberikan landasan empiris bagi pengembangan kebijakan dan program yang mendukung implementasi nilai-nilai etika dalam praktik bisnis UKM. Meskipun terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, hasil yang diperoleh memberikan kontribusi signifikan baik secara teoretis maupun praktis bagi pengembangan pemahaman tentang etika bisnis dalam konteks UKM di negara berkembang. Penelitian ini juga menyediakan dasar yang kuat untuk pengembangan studi lanjutan dalam bidang etika bisnis dan kinerja UKM.

Referensi

- Abalala, T., Islam, M., & Alam, M. (2021). Impact of ethical practices on small and medium enterprises' performance in saudi arabia: an partial least squares-structural equation modeling analysis. *South African Journal of Business Management*, 52(1). <https://doi.org/10.4102/sajbm.v52i1.2551>
- Abalala, T., Islam, M., & Alam, M. (2022). Impact of ethical practices on small and medium enterprises' performance in saudi arabia: an partial least squares-structural equation modeling analysis.. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xg3bf>
- Adnan, G., & Amri, K. (2020). Pemberdayaan gender, pendapatan perempuan dan penurunan kemiskinan: Bukti data panel dari kawasan barat Indonesia. *Media Ekonomi*, 28(1), 37-56. <https://doi.org/10.25105/me.v28i1.6265>
- Al-Ameedee, S. (2023). The impact of business ethics on stress, anxiety and depression and the success of auditors. *International Journal of Ethics and Systems*, 40(2), 412-435. <https://doi.org/10.1108/ijoes-07-2022-0150>
- Aljumah, A. (2023). Investigating the impact of blockchain technology on social sustainability and the mediating role of ethics and csr. *Sustainability*, 15(21), 15510. <https://doi.org/10.3390/su152115510>
- Amri, K., & Adi, A. R. (2021). Pengaruh religiusitas ke-islaman terhadap pertumbuhan ekonomi daerah: Bukti data panel kabupaten kota di Aceh. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*

dan Bisnis, 18(1), 29-28. <https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5037>

- Anzira, R., Maulida, R., Bidadari, B., Haqiqi, E. F., Danil, T. M., & Amri, K. (2023). Pengaruh Belanja Modal Terhadap Distribusi Pendapatan (Bukti Data Panel Kabupaten Kota di Aceh). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 8(2), 67–74. <https://doi.org/10.35870/jemensri.v8i2.3038>
- Aravik, H., Marnisah, L., & Hamzani, A. (2021). Islamic business ethics as a practical solutions in the scope of e-commerce business. *Al-Masharif Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 9(1), 120-137. <https://doi.org/10.24952/masharif.v9i1.3965>
- Arifin, M., & Amri, K. (2024). Persepsi Pelayanan dan Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia: Peran Religiusitas Islam sebagai Pemoderasi. *Jurnal EMT KITA*, 8(4), 1528–1538. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i4.3240>
- Behera, R., Bala, P., Rana, N., & Kizgin, H. (2022). Cognitive computing based ethical principles for improving organisational reputation: a b2b digital marketing perspective. *Journal of Business Research*, 141, 685-701. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.070>
- Chen, Y. and Jin, S. (2023). Corporate social responsibility and green technology innovation: the moderating role of stakeholders. *Sustainability*, 15(10), 8164. <https://doi.org/10.3390/su15108164>
- Doman, A. and Sitorus, R. (2023). Business ethics and erm influence on sme company performance moderated by business strategy. *Influence International Journal of Science Review*, 5(1), 314-325. <https://doi.org/10.54783/influencejournal.v5i1.127>
- Fitria, N., Nurdin, R., & Amri, K. (2024). Perilaku Muzakki Menggunakan Layanan M-Banking dengan Behavior Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 9(2), 72–82. <https://doi.org/10.35870/jemensri.v9i2.2978>
- Hartanto, S. (2023). Islamic finance practices in micro, small, and medium enterprises in indonesia: a systematic literature review. *Keuangan Islam Dan Peran Kesejahteraan*, 435-464. <https://doi.org/10.20885/millah.vol22.iss2.art6>
- Kennedy, J. and Kray, L. (2013). Who is willing to sacrifice ethical values for money and social status?. *Social Psychological and Personality Science*, 5(1), 52-59. <https://doi.org/10.1177/1948550613482987>
- Kurniawati, A., Sunaryo, I., Wiratmadja, I., & Irianto, D. (2022). Sustainability-oriented open innovation: a small and medium-sized enterprises perspective. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 8(2), 69. <https://doi.org/10.3390/joitmc8020069>
- Luthfi, M. K., & Amri, K. (2023). Pengaruh Sumber Daya Manusia dan Bencana Alam Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 8(1), 9–16. <https://doi.org/10.35870/jemensri.v8i1.3033>
- Najmudin, N., Ma'zumi, M., & Sujai, S. (2022). Islamic business ethics and its impact on the performance of small micro enterprises (smes) actors in serang regency.

- Muamalatuna, 14(1), 1-16. <https://doi.org/10.37035/mua.v14i1.6301>
- Nasya, N. W., & Amri, K. (2023). Pengaruh Investasi Asing dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Pengangguran di Pulau Sumatera. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 8(3), 135–144. <https://doi.org/10.35870/jemensri.v8i3.3045>
- Oktarina, A. and Mu'alim, A. (2017). Implementation of islamic business ethics on small and medium-sized enterprises (smes): case study of smes xyz. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 18(2). <https://doi.org/10.18196/jesp.18.2.4042>
- Putri, M. T., Amri, K., & Murni, S. (2023). Faktor Penentu Perilaku Berwirausaha Dikalangan Wanita Muslim: Bukti Empiris di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 8(3), 104–113. <https://doi.org/10.35870/jemensri.v8i3.3042>
- Raghavan, S. (2024). Ethical considerations in customer engagement: balancing profitability with consumer trust. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 5(3), 6418-6427. <https://doi.org/10.55248/gengpi.5.0324.0873>
- Saygılı, E., Akcan, E., & Öztürkoğlu, Y. (2023). An exploratory analysis of sustainability indicators in turkish small- and medium-sized industrial enterprises. *Sustainability*, 15(3), 2063. <https://doi.org/10.3390/su15032063>
- Sroka, W. and Szántó, R. (2018). Corporate social responsibility and business ethics in controversial sectors: analysis of research results. *Journal of Entrepreneurship Management and Innovation*, 14(3), 111-126. <https://doi.org/10.7341/20181435>
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *EKOBIS SYARIAH*, 2(1), 44-50. <http://dx.doi.org/10.22373/ekobis.v2i1.10006>
- Thakur, O. (2023). The influences of institutional theory in the development and operationalization of small and medium enterprises in bangladesh. *International Center for Research and Resource Development (Icrrd) Quality Index Research Journal*, 4(4). <https://doi.org/10.53272/icrrd.v4i4.10>
- Wali, M., Amri, K., Nasir, Rizal, S., & Salam, A. (2022). Sosialisasi Peluang Home Business dalam Ekonomi Digital. *Kawanad : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 24–30. <https://doi.org/10.56347/kjpkm.v1i1.9>
- Zhang, N. and Zhang, J. (2016). Chinese insurance agents in “bad barrels”: a multilevel analysis of the relationship between ethical leadership, ethical climate and business ethical sensitivity. *Springerplus*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s40064-016-3764-2>