

# Etika Bisnis Dalam Menumbuhkan Perekonomian Usaha Mikro Kecil Menengah

Made Hasti Swandewi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Poltekes Kemenkes Mataram

<sup>1</sup>[madehastiswandewi@gmail.com](mailto:madehastiswandewi@gmail.com)

---

## INFO ARTIKEL

Histori Artikel:  
Tanggal Masuk  
Tanggal Diterima  
Tersedia *Online*

Kata Kunci: ***Etika Bisnis, Iklim bisnis, Inovasi***

---

## ABSTRAK

Pelaku usaha dituntut agar untuk menjaga citra yang positif dalam usahanya, dengan ini para pelaku usaha dapat memenangkan persaingan dengan pelaku usaha lainnya sehingga usaha yang dijalankan dapat terus berjalan dengan baik. Tingkat persaingan yang ketat tidak dapat dipungkiri para pelaku usaha dapat melakukan hal-hal yang kurang positif didalam persaingan. Etika dalam bisnis dibutuhkan untuk menciptakan iklim persaingan yang baik, dengan etika bisnis pelaku usaha dapat melakukan kegiatan yang baik dan tidak baik dalam melakukan usaha. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel etika bisnis dalam meningkatkan ekonomi UMKM ada di Kota Mataram. Menggunakan kuantitatif dan bantuan penghitungan SPSS yang diambil dari data kuisioner yang disebar kepada 84 orang yang menjadi sampel. Kesimpulan dari penelitian variabel etika bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan ekonomi UMKM. Keterbatasan penelitian karena sumber daya yang dimiliki sehingga penelitian dilakukan hanya pada para pelaku UMKM Kota Mataram.

---

## 1. Pendahuluan

Peningkatan perekonomian suatu Negara yang sedang berkembang dapat diperhatikan dari meningkatnya pendapatan perkapita dari masyarakatnya, selain itu kemampuan daya beli yang meningkat serta kemampuan masyarakat dalam memenuhi segala kebutuhannya. Salah satu penopang dari keberhasilan peningkatan ekonomi UMKM, ditengah badai krisis saat melanda namun para pelaku usaha mikro kecil dan menengah ini mampu bertahan. Negara Indonesia yang memiliki pelaku UMKM sebanyak 64,19 juta yang dimana didominasi oleh para pelaku usaha kecil sebanyak 64,13 juta mampu menopang perekonomian Negara (Bahtiar, 2021).

Pelaku UMKM dituntut untuk memiliki berbagai inovasi dan teknologi yang sedang berkembang saat ini, dengan inovasi dan teknologi yang ada akan mendukung

pelaku bisnis untuk dapat mengembangkan usahanya dan meningkatkan daya saing (Rahmana, 2009). Persaingan yang baik dapat membantu para pelaku usaha lebih kreatif dan berinovasi, namun begitu juga sebaliknya persaingan yang tidak baik akan dapat menjerumuskan pelaku usaha ke arah kebangkrutan. Etika bisnis dapat dilakukan oleh para pelaku usaha didalam menciptakan persaingan yang baik dan sangat diperlukan oleh pelaku usaha kecil dan menengah, peran dari etika bisnis ini sangat penting untuk keberlangsungan usaha (Mubarok, 2021)

Untuk mengamankan keunggulan kompetitif dalam arena perusahaan, organisasi harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar mereka yang ada sambil secara bersamaan menangkap segmen pasar tambahan; akibatnya, sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi bisnis yang komprehensif. Berbagai peluang bisnis yang ada di Indonesia telah mengkatalisasi perusahaan untuk memperluas operasi mereka di dalam negeri. Proliferasi kegiatan bisnis yang beragam menandakan potensi usaha yang menguntungkan. Dalam semua kasus, upaya yang rajin diperlukan. Lanskap persaingan dalam sektor bisnis sangat ketat; dengan demikian, persaingan semacam itu harus dianggap sebagai katalis untuk meningkatkan kualitas dalam penyampaian layanan kepada konsumen. Prinsip-prinsip etika bisnis secara intrinsik terkait dengan kepuasan pelanggan.

Kepatuhan terhadap praktik etika memberi insentif kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan organisasi. Seiring waktu, hubungan semacam itu memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang harapan dan persyaratan pelanggan. Akibatnya, pemahaman ini memungkinkan organisasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengoptimalkan pengalaman pelanggan yang menguntungkan sambil mengurangi pengalaman yang tidak menguntungkan.

Etika bisnis berperan penting dalam setiap usaha, dengan etika bisnis ini para pelaku usaha melakukan kegiatan bisnis harus melakukan segala sesuatu berkaitan dengan usaha dengan perbuatan yang baik atau yang tidak semestinya dilakukan. Etika bisnis ini akan muncul keharmonisan, kerjasama, saling menghargai dengan sesama pelaku usaha dengan berbagai macam perbedaan yang dimilikinya. Perbedaan-perbedaan seperti keyakinan, kepercayaan, dan prinsip yang dimiliki oleh para pelaku usaha kerap kali menjadi sebuah pemicu dari munculnya sebuah konflik.

Maka dengan etika bisnis ini pelaku usaha dapat mencapai tujuan yang diharapkannya. Perbedaan atau multi kultur dari pelaku usaha kerap kali terjadi di pasar-pasar tradisional yang terdiri dari berbagai suku, agama, budaya dan bahasa berbaur menjadi satu didalam kegiatan pemasaran.

Objek dari penelitian yang dilakukan adalah para pelaku usaha mikro kecil menengah yang berada di Kota Mataram. Pemilihan kota Mataram dilakukan mengingat banyaknya jumlah pasar tradisional yang ada dengan berbagai karakteristik pelaku usaha yang rentan dengan munculnya konflik didalam persaingan usaha sehingga akan berpengaruh terhadap keberlangsungan dari usaha tersebut. Pelaku usaha kecil menengah menjadi objek karena para pelaku usaha mikro kecil memiliki peran penting dalam membantu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi baik regional dan nasional khususnya di Kota Mataram.

Penelitian relevan yang pernah dilakukan oleh peneliti lainnya sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang membahas etika dalam bisnis terhadap dengan peningkatan ekonomi, etika bisnis yang dikaitkan pada ajaran agama. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan terdapat pada objek yang digunakan yaitu pelaku UMKM terutama yang melakukan aktivitas pemasaran dipasar tradisional yang berada di Kota Mataram. Multikultur yang ada di pasar tradisional membuat peneliti tertarik untuk penelitian tersebut. Penelitian ini dilakukan sebagai sumber informasi rujukan serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari etika bisnis terhadap peningkatan ekonomi yang dilakukan oleh penggiat usaha UMKM dan dapat digunakan sebagai rujukan dari pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi, manajemen serta disiplin ilmu lainnya yang berkaitan dengan etika bisnis.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### *2.1 Etika Bisnis*

Etika bisnis merupakan upaya sistematis yang memfasilitasi peningkatan nilai tambahan melalui penyediaan layanan, perdagangan, atau pemrosesan komoditas (produksi), dengan tujuan akhir mengoptimalkan margin keuntungan. Etika bisnis kadang-kadang dilambangkan sebagai manajemen etis, yang merangkum integrasi prinsip-prinsip moral ke dalam operasi komersial. Etika bisnis mewujudkan kompilasi nilai-nilai mengenai konsep baik dan jahat, serta benar dan salah, dalam bidang komersial, yang didasarkan pada prinsip-prinsip moral (Alma, 2013)

Perspektif alternatif, etika bisnis menandakan konstelasi prinsip dan norma yang wajib dipatuhi oleh praktisi bisnis ketika terlibat dalam transaksi, melakukan diri mereka sendiri, dan membangun hubungan, dalam mengejar tujuan bisnis mendasar mereka. Terlibat dalam studi etika dalam konteks bisnis memerlukan eksplorasi gagasan tentang baik/buruk dan benar/salah, diinformasikan oleh prinsip moral. Etika bisnis juga dapat mencakup pertimbangan atau pertimbangan mengenai moralitas yang berkaitan dengan ekonomi dan perdagangan (Badroen, 2006)

### 2.1.1 *Prinsip Etika Bisnis*

Pada prinsip dasar integritas, ada tiga bidang usaha dalam bisnis yang secara tegas menggambarkan bahwa perusahaan tidak dapat bertahan atau berkembang jika tidak didasarkan pada kejujuran. Pertama, sangat penting untuk menunjukkan transparansi dalam pelaksanaan perjanjian dan kewajiban kontrak. Kedua, seseorang harus menjaga integritas dalam penyediaan barang atau jasa yang memiliki kualitas dan harga yang setara. Ketiga, penting untuk menegakkan kejujuran dalam hubungan kerja internal yang terjadi dalam suatu organisasi (Agus Arijanto, 2012)

#### 1) Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi merangkum disposisi dan kemampuan individu untuk membuat keputusan yang tepat dan bertindak sesuai dengan kesadaran mereka tentang apa yang mereka anggap secara moral terpuji. Pengusaha otonom adalah orang yang memiliki pemahaman komprehensif tentang tanggung jawabnya dalam ranah komersial.

#### 2) Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran mencakup tiga domain operasi bisnis, yang dengan tegas menggambarkan bahwa suatu perusahaan tidak mungkin bertahan atau makmur jika tidak memiliki dasar integritas. Pertama, sangat penting untuk menegakkan kejujuran dalam pelaksanaan perjanjian dan kontrak. Kedua, seseorang harus memastikan transparansi dalam penyediaan barang atau jasa yang memiliki kualitas dan harga yang setara. Terakhir, kejujuran harus berlaku dalam hubungan kerja internal yang terjadi dalam suatu organisasi.

#### 3) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan mengamanatkan bahwa setiap individu dianggap dengan kesetaraan sesuai dengan peraturan yang adil dan standar rasional yang objektif, dan individu dapat dimintakan pertanggungjawaban atas tindakan mereka.

#### 4) Prinsip saling menguntungkan

Prinsip saling menguntungkan mengharuskan perusahaan beroperasi dengan cara yang mempromosikan hasil yang menguntungkan bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat.

### 2.1.2 Tujuan Etika Bisnis

#### 1. Tujuan Etika Bisnis<sup>55</sup> 1)

Untuk mendapatkan konsep yang sama mengenai penilaian baik dan buruknya perilaku atau tindakan manusia dalam ruang dan waktu tertentu serta mengarahkan perkembangan masyarakat menuju suasana yang harmonis, tertib, teratur, damai dan sejahtera.

#### 2. Mengajak orang bersikap kritis dan rasional dalam mengambil keputusan secara otonom.

### 2.2. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan tujuan utama dalam ranah pembangunan ekonomi regional; Namun, pencapaian pertumbuhan ekonomi tidak secara inheren menjamin manifestasi distribusi yang adil. Skenario optimal mensyaratkan bahwa terjadinya pertumbuhan yang cepat dalam wilayah tertentu menghasilkan dampak yang menguntungkan bagi daerah yang berdekatan, sehingga memfasilitasi perkembangan pesat mereka secara bersamaan. Penyebaran pengaruh menguntungkan tersebut disebut sebagai efek limpahan (Arsyad, 1999). Sebagaimana diartikulasikan oleh Sjafrizal (2014), fenomena percepatan pembangunan tanpa pemerataan yang menyertainya disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk, pertama, disparitas dalam komposisi sumber daya alam yang secara signifikan berdampak pada kegiatan produksi di wilayah masing-masing.

Daerah yang diberkahi dengan sumber daya yang melimpah mampu menghasilkan volume output yang lebih besar. Kedua, variasi kondisi demografis memberikan pengaruh pada produktivitas tenaga kerja penduduk di wilayah tersebut. Ketiga, konsentrasi kegiatan ekonomi dalam suatu wilayah memainkan peran penting; daerah yang menunjukkan konsentrasi besar

kegiatan ekonomi cenderung mengalami percepatan pertumbuhan ekonomi. Terakhir, distribusi dana pembangunan lintas daerah merupakan faktor penting (Purwanti & Setyari, 2021)

### 3. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian harus diuraikan secara rinci. Jika penelitian kuantitatif meliputi jenis data, teknik pengambilan sampel, operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data. Jika kualitatif memuat desain penelitian, lokasi penelitian, dan teknik analisis.

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis menggunakan bantuan SPSS, pada penelitian ini memiliki populasi sebanyak 510 orang pedagang yang merupakan pedagang dipasar tradisional yang berada di Kota Mataram. Sampel yang merupakan sebagian karakteristik dari populasi yang akan diteliti yang dapat mewakili seluruh populasi yang ada (Sugiyono, 2007) sehingga dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh sampel sebanyak 84 orang, tehnik dalam pengambilan sampel digunakan probability sampling dengan tehnik yakni proportional stratified random sampling, tehnik ini digunakan dengan alasan setiap sampel memiliki karakteristik atau strata yang berbeda-beda dari setiap anggota populasi. Penelitian ini menggunakan sampel pedagang dipasar tradisional di Kota Mataram.

Pengujian instrument dari penelitian penting untuk dilakukan agar dapat memperoleh jawaban atau argument seluruh responden yang menjadi sampel dengan menjawab seluruh pertanyaan yang diberikan dijawab berdasarkan fakta yang terjadi serta perasaan yang dirasakan oleh responden. Dalam penelitian ini uji instrument dilakukan dengan dengan menguji kuisisioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dengan syarat kuisisioner tersebut menunjukkan valid dan reliable.

Tehnik dalam menganalisis pada penelitian ini digunakan dengan uji validitas dan realibel:

#### 1. Uji Validitas

Perhitungan valid merupakan besaran dari perhitungan dapat memperlihatkan suatu level atau tingkatan validitas suatu perangkat pada penelitian, suatu instrument yang valid diukur dan memiliki tingkat validitas yang tinggi dan begitu juga sebaliknya. Dalam uji validitas, mengukur validitas instrument penelitian ini dengan cara menghitung  $r$  (koefisien korelasi) dengan menggunakan tehnik corelasi product moment. Hasil dari

perhitungan korelasi yang kemudian dilakukan perbandingan antara  $r$  table dengan tingkat signifikan tertentu biasanya yang 0.05, Sehingga jika nilai suatu korelasi dari hasil perhitungan dengan nilai tidak minus atau  $r$  hasil  $> r$  pada standar dapat dikatakan suatu instrument dikatakan valid. Begitu juga dari hasil perhitungan  $r$  hasil negative atau  $r < r$  tabel hal ini dapat dikatakan setiap butir pertanyaan yang diajukan dikatakan tidak valid. Jika ada ditemukan pertanyaan yang tidak valid pada item pertanyaan maka pertanyaan tersebut dapat dibuang atau diperbaiki (Riduan; 2010:100). Untuk memudahkan peneliti dalam membentuk instrument valid, maka peneliti akan menggunakan pengolahan data dengan perangkat perhitungan statistik SPSS versi 25 for window.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas (kehandalan) merupakan suatu instrument penelitian yang bertujuan mengukur tingkat konsistensi jawaban responden yang dihasilkan suatu instrument. Setiap perangkat penelitian atau yang sering disebut sebagai instrument penelitian dapat dikatakan realibel apabila instrument dapat memberikan suatu hasil berupa jawaban secara konsisten selalu sama bahkan pada saat digunakan dalam menguji suatu obyek berbeda. Instrument penelitian diartikan realibel apabila jumlah koefisien Cronbach diatas nilai 0,60. Dan begitu juga sebaliknya, dalam kondisi ini jika instrument tidak reabel hendaknya diganti atau direvisi (Santoso; 2005; hal 251) dalam (Wijaya, 2021)

Pengujian Hipotesis pada penelitian ini digunakan bantuan perangkat perhitungan statistik yaitu aplikasi program SPSS versi 25, dilanjutkan dengan menguji hipotesis menggunakan uji statistik dengan model regresi. Model regresi merupakan suatu model yang memiliki tingkat akurat atau ketepatan untuk menafsir yang ditunjukkan oleh nilai statistik uji parsial atau uji  $t$ , serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) (Achmad, 2001)

#### 4. Analisis dan Pembahasan

**Tabel 1. Uji Validitas**

Item	Koefisien Korelasi/r Hitung	R tabel/r kritis	Keterangan
X1.1	0.295**	0.2796	Valid
X1.3	0.508**	0.2796	Valid
X1.4	0.304**	0.2796	Valid
X1.5	0.526**	0.2796	Valid
X1.6	0.458**	0.2796	Valid
X1.9	0.563**	0.2796	Valid
X1.10	0.403**	0.2796	Valid
X1.11	0.643**	0.2796	Valid
X1.12	0.650**	0.2796	Valid
X1.13	0.507**	0.2796	Valid
X1.14	0.568**	0.2796	Valid
X1.15	0.537**	0.2796	Valid
X1.17	0.397**	0.2796	Valid
X1.18	0.541**	0.2796	Valid
X1.19	0.569**	0.2796	Valid
X1.20	0.504**	0.2796	Valid
X1.21	0.353**	0.2796	Valid
X1.22	0.590**	0.2796	Valid
X1.23	0.680**	0.2796	Valid
X1.24	0.618**	0.2796	Valid
X1.25	0.486**	0.2796	Valid
X1.26	0.368**	0.2796	Valid
X1.27	0.458**	0.2796	Valid
X1.28	0.531**	0.2796	Valid
X1.29	0.542**	0.2796	Valid
X1.30	0.461**	0.2796	Valid
X1.31	0.432**	0.2796	Valid
X1.32	0.281**	0.2796	Valid
X1.34	0.568**	0.2796	Valid
X1.35	0.602**	0.2796	Valid
X1.36	0.506**	0.2796	Valid
X1.37	0.593**	0.2796	Valid
X1.38	0.677**	0.2796	Valid
X1.39	0.548**	0.2796	Valid

**Tabel 2. Uji Reabilitas**

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
X1	0.902	Reliabel
Y	0.799	Reliabel

Penggunaan analisis regresi pada setiap penelitian bertujuan untuk dapat mengetahui apakah faktor variabel bebas berpengaruh pada faktor dependent. Pada penelitian ini digunakan formula rumus regresi yaitu linear berganda dimana variabel bebas digunakan yaitu Etika Bisnis (X1) dan Moderasi Beragama (X2) berpengaruh

terhadap Peningkatan Ekonomi (Y) di Kota Mataram. Berdasarkan hasil uji menggunakan bantuan penghitungan SPSS versi 25 dapat ditunjukkan sebagai berikut:

**Tabel 3.**  
**Perhitungan Regresi**

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	10.521	6.793		1.549	.125
Etika Bisnis (X1)	.098	.035	.288	2.810	.006

Sumber: Data SPSS versi 25

Berdasarkan perhitungan data SPSS diatas dengan regresi yang diajukan didapatkan perhitungan :

$$Y_1 = b_0 + b_1.X_1 + \dots + e$$

$$Y = 10.521 + 0,098X_1 + e$$

Pada persamaan regresi diatas diperoleh informasi bahwa nilai alfa sebesar 10.521 kemudian variabel Etika Bisnis (X1) sebesar 0.098 Dengan model regresi diatas maka diperoleh gambaran mengenai hasil dari perhitungan yang kemudian dianalisis pengaruh dari variabel penelitian yang digunakan. Berdasarkan hasil analisis dari perhitungan regresi akan dapat menjelaskan tingkat koefisiensi dari variabel penelitian dan dapat dijelaskan:

#### 1. Etika Bisnis (X1)

Variabel Etika Bisnis (X1) memiliki pengaruh kepada variabel Peningkatan Ekonomi UMKM (Y) yang ada di Kota Mataram. Hasil perhitungan tunjukan berdasarkan nilai koefisien dengan signifikansi dibawah dari 5% yaitu sebesar 0.006 kemudian bila diperhatikan berdasar dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dimana dalam menentukan t tabel menggunakan ketentuan perhitungan  $(n-k)$  dimana n merupakan jumlah responden kemudian k merupakan jumlah variabel penelitian sehingga diperoleh t tabel sebesar 1.663. Perbandingan nilai dari t hitung > t tabel

yaitu  $2.810 > 1.663$  yang artinya yaitu Etika Bisnis (X1) berpengaruh tinggi terhadap Variabel Peningkatan Ekonomi (Y)

Hasil dari perhitungan seluruh uji dari variabel yang digunakan yang kemudian dibahas berdasarkan teori yang relevan dan diperoleh argumen sehingga memunculkan kebaruan yang berguna dalam pengembangan ilmu dan sumber rujukan dalam berbagai kepentingan khususnya dalam etika bisnis dan peningkatan ekonomi. Dalam pengujian hipotesis penelitian ini secara parsial yang digunakan adalah nilai dari probabilitas atau tingkat signifikansi (sig t) dengan menggunakan kriteria signifikan  $t > 5\%$  maka diartikan bahwa jawaban sementara atau hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak sedangkan hipotesis penelitian dapat diterima ( $H_a$ ) ini artinya variabel independent (X) pada uji parsial memiliki pengaruh kepada variabel dependent (Y). Uji parsial pada setiap variabel penelitian dapat ditunjukkan pada penjelasan dibawah:

#### 1. Etika Bisnis (X1)

Berdasarkan perhitungan statistik dengan bantuan program SPSS versi 25 diperoleh nilai dari signifikan (sig t) nilai 2.810 kemudian dibandingkan dengan t tabel dengan nilai 1.663 sehingga jika dilakukan perbandingan t hitung  $2.810 > 1.663$  t tabel. Artinya pada penelitian ini yang menggunakan variabel Etika Bisni (X1) memiliki pengaruh kepada Peningkatan Ekonomi (Y)

#### 2. Interpretasi Hasil

Hasil hitung menggunakan aplikasi statistik SPSS versi 25 tingkat signifikansi (sig t) menunjukkan dimana nilai t hitung lebih tinggi dari pada nilai t tabel dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak sedangkan hipotesis penelitian dapat diterima ( $H_a$ ). Jika dilakukan analisis maka dapat diartikan Etika Bisnis memiliki pengaruh terhadap Peningkatan Ekonomi masyarakat di Kota Mataram.

Etika bisnis adalah yang bersifat fundamental yang ada pada setiap aktivitas bisnis dijalankan para pelaku usaha, dalam hal ini para pihak pelaku bisnis yang tidak lepas dari etika bisnis yaitu penjual, pembeli dan agen penyediaan bahan baku. Etika bisnis akan menjadi sebuah acuan yang berguna atau bermanfaat bagi para pelaku bisnis didalam mempertahankan kehormatan atau nama baik, dikarenakan melalui sikap yang baik ini para pelaku bisnis akan mampu mempertahankan kehormatannya sebagai pengusaha.

Keterbatasan dari penelitian ini yaitu lokasi penelitian yang terbatas pada para pelaku usaha mikro dan menengah yang melakukan aktivitas pemasaran dipasar tradisional yang berada di Kota Mataram. Penelitian yang seharusnya dapat menyoar para pelaku usaha lebih luas dan tidak hanya pedagang-pedangang yang ada dipasar tradisional, namun juga para pelaku usaha mikro kecil menengah lainnya, kedepannya penelitian selanjutnya diharapkan dapat jangkauan penelitian dapat lebih luas serta terdapat variabel tambahan yang dapat berpengaruh terhadap peningkatan perekonomian.

## **5. Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran**

Persaingan diantara para pelaku usaha tidak dapat dihindari, persaingan yang baik akan membawa perubahan yang positif, pelaku usaha yang lebih kreatif, berinovasi serta bekerja keras agar terus dapat bertahan dalam usaha, namun begitu pula sebaliknya. Persaingan yang tidak baik justru akan dapat merugikan pihak-pihak yang terlibat didalam usaha sehingga kebangrutan tidak dapat dihindari. Etika bisnis adalah cara sikap yang digunakan dalam membantu menciptakan persaingan yang baik. Etika bisnis adalah mamahami apa yang benar dan tidak benar, diterimanya atau tidak sesuai dengan keinginan dari setiap individu dalam menjalankan aktivitas bisnis dan pemenuhan kebutuhan.

Pelaku usaha tentunya menginginkan usaha yang dijalankannya dapat berkembang dan mampu bertahan dalam persaingan. Persaingan dapat terjadi dimanapun dan kapanpun, pasar tradisional yang merupakan tempat aktivitas individu untuk memenuhi segala macam kebutuhannya. Pedagang dan konsumen melakukan transaksi hingga mencapai suatu kesepakatan yang saling menguntungkan, pasar tradisional yang memiliki multikultur, perbedaan karakteristik individu, keyakinan yang dianutnya berpotensi besar akan munculnya sebuah konflik. Konflik dapat dicegah melalui etika bisnis, dengan etika bisnis akan memunculkan keharmonisan, kerjasama, sikap saling menghormati dan menghargai antar pelaku usaha.

Tujuan dari penelitian sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan yaitu mengetahui bagaimana pengaruh dari etika bisnis dalam upaya peningkatan ekonomi pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Pemilihan pelaku usaha mikro kecil dan menengah mengingat para pelaku kecil inilah yang mampu bertahan ditengah krisis

ekonomi yang melanda secara global. Selain itu UMKM menopang keberlangsungan perekonomian suatu wilayah baik regional maupun perekonomian nasional.

Hasil penelitian dapat ditunjukkan melalui perhitungan yang dilakukan dengan bantuan aplikasi statistic SPSS versi 25 dimana uji yang dilakukan menunjukkan nilai yang dominan etika bisnis berpengaruh terhadap peningkatan perekonomian. Berdasarkan uji instrument dari penelitian yang berupa kuisisioner yang terdapat pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden selaku sampel penelitian menunjukkan secara keseluruhan valid serta realibel.

Hasil dari analisis dan penjelasan seluruh hasil uji hipotesis dan dirangkum dalam hasil penelitian ini dapat berguna untuk kemajuan dari ilmu pengetahuan terutama dalam UKM, manajemen serta disiplin bidang lainnya yang berkaitan. Peneliti menyadari adanya keterbatasan yang dari penelitian ini salah satunya adalah hanya menggunakan variabel etika bisnis untuk mengukur tingkat perekonomian, untuk selanjutnya diharapkan adanya pengembangan-pengembangan yang dilakukan.

## Daftar Pustaka

- Achmad, K. (2001). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Asumsi Klasik* (Cetakan Pe). Alfabeta.
- Agus Ariyanto. (2012). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Rajawali Pers.
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta, Kencana Prenada Group.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, XIII(10), 19–24. [https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info\\_singkat/Info\\_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf](https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf)
- Mubarok, M. H. (2021). Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari Ponorogo Perspektif Etika Bisnis Islam [Universitas Islam Indonesia]. In *Universitas Islam Indonesia*. <https://dspace.uui.ac.id/>
- Purwanti, P. A. P., & Setyari, N. P. W. (2021). Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Wilayah di Kawasan Strategis SARBAGITA (Denpasar, Badung, Gianyar, Tabanan). *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 189–200. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v18i1.2300>
- Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SMATI 2009), 2009(Snati)*, B11–B15. <http://journal.uui.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1033/989>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wijaya, I. G. B. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. *Jambura Economic Education Journal*, 3(2), 52–60. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jej/article/view/10446/3127>