

Oetoesan - Hindia:

Telaah Pemikiran Kebangsaan

Volume 6 No 1 Tahun 2024 Hlmn. 19 - 26
Artikel Masuk 12 Juni 2024 I Artikel Diterima 29 Juni 2024

Etika sebagai kompas menuju tujuan bisnis yang bermoral lebih dari sekadar laba

Marieta Nuranisa Arif¹, Mahira Hulwaliya Dieza², Eredita Natazia Depari³,
Ulrica Cinta Nur Maulida⁴, Renny Fidya Septiyana⁵

^{a,b,c,d,e}Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia

¹marietanuranisa@student.ub.ac.id, ²mahiraalya@student.ub.ac.id, ³ereditanatazia@student.ub.ac.id,
⁴ulricacinta123@student.ub.ac.id, ⁵rennyfidya@student.ub.ac.id

Abstrak

Dalam era global, usaha tidak hanya berfokus pada laba atau keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai etika dan moral. Etika hadir tidak hanya sebagai aturan hukum yang harus ditaati oleh sebuah perusahaan, tetapi juga membantu perusahaan untuk memperhatikan dampak bisnis mereka terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga hal ini secara tidak langsung dapat mempengaruhi citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa etika dan moral dalam suatu usaha memberikan manfaat bagi pihak yang terlibat, termasuk pelanggan, karyawan, masyarakat dan lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis bagaimana penerapan etika dan moral dalam sebuah UMKM berpengaruh terhadap laba perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menjelaskan mengenai peran etika dan moral terhadap tujuan sebuah usaha yang bermoral, bukan hanya pada laba semata. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari wawancara, observasi dan dokumentasi mengenai UMKM Belasan. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa penerapan etika dan moral pada suatu usaha tidak mengurangi laba perusahaan, melainkan dapat meningkatkan laba serta membantu perusahaan mencapai tujuan yang bermoral seperti berbagi kepada masyarakat sekitar.

Kata Kunci : Tujuan Usaha, Etika, Moral, Laba Perusahaan, Usaha

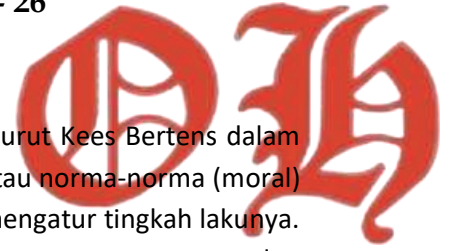
Abstract

In the globalized era, businesses are not only focused on profit, but must also pay attention to ethical and moral values. Ethics exists not only as a legal rule that must be obeyed by a company, but also helps companies to pay attention to the impact of their business on society and the environment so that this can indirectly affect the company's image. This research aims to prove that ethics and morals in a business provide benefits to the parties involved, including customers, employees, society and the environment. In addition, this study also analyzes how the application of ethics and morals in an UMKM affects the company's profit. This research uses a qualitative approach that explains the role of ethics and morals towards the goal of a moral business, not just profit. The data collection techniques used in this study consisted of interviews, observations and documentation regarding Belasan UMKM. From the results of this study, it shows that the application of ethics and morals in a business does not reduce company profits, but can increase profits and help companies achieve moral goals such as sharing with the surrounding community.

Keywords : Business Purpose, Ethics, Morals, Company Profit, Business



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



Etika akan menjadi landasan dimanapun kita melangkah. Menurut Kees Bertens dalam buku berjudul Sejarah Filsafat Yunani (1999), etika adalah nilai-nilai atau norma-norma (moral) yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok untuk mengatur tingkah lakunya. Etika akan saling mengikat dengan setiap individu, kelompok, budaya, agama, negara dan perilaku untuk menjalankan kehidupan yang lebih baik kedepan nya. Dalam dunia bisnis terdapat landasan etika yang harus semestinya dipatuhi. Meskipun etika bisnis tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat, namun berperan sebagai pedoman moral yang penting dalam menjalankan aktivitas bisnis. Sebagai landasan moral, etika bisnis menjadi batasan dan penuntun agar kegiatan usaha tidak melampaui batas norma dan nilai yang berlaku. Pentingnya etika bisnis semakin diterapkan karena dunia usaha tidak berdiri sendiri, melainkan terhubung dengan berbagai ikatan lain di masyarakat. Keberadaan usaha pada hakikatnya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis, tidak hanya hubungan dengan pihak-pihak terkait seperti pemasok, pembeli, penyalur, dan pengguna yang perlu diperhatikan, tetapi juga dampaknya terhadap masyarakat luas.

Keuntungan mencari laba bukan hal yang utama dalam etika bisnis namun juga memperhatikan perlu adanya kesadaran untuk memikirkan kepentingan bersama. Hal ini berarti perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan individu atau golongan, tetapi juga memperhatikan kebutuhan karyawan, dan masyarakat. Penerapan etika bisnis bukan hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, meningkatkan daya saing, dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Dengan mengikat etika bisnis pada suatu usaha maka dapat menjadikan perusahaan mencapai keberkahan dan kesuksesan yang berkelanjutan serta memberikan manfaat bagi semua pihak. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, etika bisnis bagaikan kiblat moral yang menuntun perusahaan untuk mengutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan individu atau golongan. Hal ini merupakan manfaat penerapan etika bisnis yang tak tergantikan oleh perusahaan yang mengabaikannya. Seringkali, perusahaan terjebak dalam kebiasaan yang mengutamakan kepentingan individu atau golongan. Tentu hal ini tidak sesuai dengan etika sehingga harus ditinggalkan karena perusahaan bukan hanya milik segelintir orang, tetapi bertanggung jawab atas kesejahteraan seluruh karyawannya dan berkontribusi bagi masyarakat.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Wahidmurni (2017:1) mendefinisikan metode penelitian kualitatif adalah sesuatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah yang berkaitan dengan data yang berupa narasi seperti wawancara, pengamatan, dan penggalian pada dokumen.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2019:137) Mengemukakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dikumpulkan oleh peneliti dari para informan secara langsung di lapangan. Data yang didapatkan oleh peneliti dari informan melalui wawancara langsung kepada pemilik usaha dan melalui observasi. Dalam penelitian ini perlu adanya informan utama yang dijadikan objek penelitian untuk dijadikan



informan. Dari data primer yang diperoleh peneliti dalam teknik wawancara kepada beberapa informan dengan pihak yang terkait yaitu, head outlet, karyawan, dan dua konsumen.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Menurut Tanjung dan Devi (2018:82) menyatakan bahwa Wawancara adalah pengumpulan data dengan bertanya jawab secara langsung kepada responden. Peneliti menggunakan teknik wawancara untuk memperoleh informasi yang *valid* serta akurat dari pihak yang dijadikan sebagai informan dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pihak yaitu *head outlet* pada hari sabtu, 1 juni 2024, pukul 16.00 WIB, karyawan pada hari sabtu, 1 juni 2024, pukul 16.15 WIB, konsumen 1 pada hari sabtu, 1 juni 2024, pukul 18.30 WIB, dan konsumen 2 pada hari minggu, 2 juni 2024, pukul 19.00 WIB yang dilaksanakan di Pujasera Taman Kota Malang.

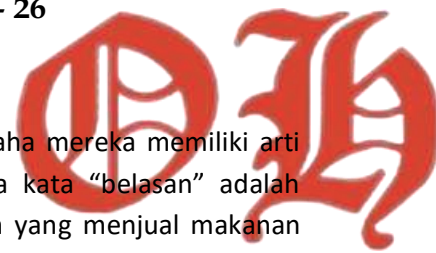
Teknik pengumpulan data dengan observasi adalah dengan memperhatikan suatu kejadian atau fenomena tertentu untuk mengumpulkan informasi. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran kepada peneliti dengan melihat serta memahami suatu kejadian berdasarkan pengetahuan sebelumnya serta untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data selanjutnya adalah dengan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2019:240) menyatakan bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental (historis) dari seseorang. Dari teknik pengumpulan data dengan dokumentasi menghasilkan dokumen dan catatan dari hasil wawancara terhadap pemilik usaha.

Hasil Dan Pembahasan

Lokasi penelitian adalah cakupan wilayah yang menjadi basis penelitian. Dalam penelitian ini proses mencari informan untuk kami jadikan sumber melalui proses yang cukup signifikan. Tidak hanya dilihat secara bisnis yang mereka lakukan, namun juga menyangkut aspek kelayakan tempat, sosial, agama, dan moral yang terdapat pada usaha yang mereka jalankan. Usaha makanan yang akan diteliti adalah salah satu cabang dari Belasan yang dikoordinasi oleh seorang *Head Outlet* yang berdomisili di Dewandaru Malang Jawa Timur. Lokasi di kota Malang ditentukan secara sengaja (*purposive*), karena alasan keterjangkauan peneliti dalam melakukan penelitian dan lokasi yang strategis dimana Malang adalah kota yang memiliki banyak usaha makanan dan mahasiswa sebagai konsumen mereka. Tempat makan ini terletak di Pujasera Taman yang berjejer dengan *stand* tempat makan lain nya dan tempat makan yang menjadi sumber penelitian ini adalah Belasan.

Stand Belasan terletak di Jl. Dewandaru No. A1, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang yang berdekatan pula dengan area kost mahasiswa dan masjid sehingga lokasinya sangat strategis. Belasan juga menyediakan tempat makan secara *dine in* yang cukup nyaman dan luas yang dilengkapi dengan fasilitas toilet, namun terdapat sedikit kekurangan apabila makan ditempat, dikarenakan lokasi nya yang berada di sebelah jalan membuat area makan Belasan sedikit berisik karena terdengar suara kendaraan yang melintasi daerah tersebut.



Menurut *Head Outlet* Belasan, nama yang diberikan pada usaha mereka memiliki arti tersendiri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia tertulis bahwa kata “belasan” adalah bilangan antara 11 dan 19. Sehingga Belasan adalah tempat makan yang menjual makanan dengan *range* harga dibawah Rp,20,000,00. Belasan menjual berbagai macam makanan khas Nusantara mulai dari talua barendo kuah gulai yang berasal dari Sumatera Barat, nasi gila dari Jakarta, nasi ayam geprek dari Yogyakarta, nasi ayam suwir sambal matah dari Bali dan nasi ayam woku dari Manado. Ide mereka membuat makanan khas Nusantara bukan tanpa alasan, melainkan dikarenakan ada banyak mahasiswa dari berbagai macam daerah di Indonesia yang mungkin akan merindukan masakan dari kampung halaman mereka, sehingga Belasan hadir untuk mengobati rasa rindu mereka.

Dalam islam, bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan atau laba semata, tetapi juga memiliki peran penting dalam kehidupan antar sesama manusia dan juga manusia dengan Allah SWT. Aktivitas ekonomi dan keuangan yang dilakukan dalam bisnis harus dijalankan dengan cara yang benar dan berlandaskan etika yang sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan ridha dan berkah dari Allah SWT. Terdapat beberapa prinsip etika dalam perspektif Islam yang diterapkan oleh UMKM Belasan, seperti akhlak baik, tanggung jawab, dan keadilan.

Akhlak baik merupakan salah satu prinsip etika dalam perspektif islam yang diterapkan oleh sebuah usaha sebagaimana tertulis pada Al Qur’an surat Al Baqarah ayat 195: “Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.” Ayat tersebut menunjukkan bahwa akhlak baik sangatlah penting pada prinsip Islam itu sendiri. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, ditemukan bahwa Belasan ternyata menerapkan prinsip ini dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut dibuktikan dengan jawaban dari beberapa informan sebagai berikut:

“Di Belasan, kami juga menyediakan layanan berbagi, seperti jumat berkah dan buka puasa. Kami memberikan layanan pesanan dengan jumlah yang lumayan banyak dan bisa request untuk kami yang membagikan.” -*Head Outlet* Belasan-

“Waktu program tersebut berjalan, itu saat saya awal masuk dan masih training jadi saya tidak ikut berbagi pada saat itu, tapi saya tahu kalau di Belasan terdapat program bagi makanan.” -Karyawan Belasan-

“Aku pernah lihat di akun tiktok milik Belasan dan sepertinya Belasan ini sangat mendukung untuk kegiatan berbagi seperti itu.” -Konsumen 1-

“Keunggulan utamanya yaitu dekat dengan masjid jadi memudahkan jika sudah waktunya salat. Selain itu, lokasi Belasan ini strategis karena dekat dengan banyak jajanan lain. Pernah lihat beberapa kali di FYP pada media sosial TikTok. Menurut aku, itu merupakan program yang bagus karena dapat membantu banyak orang, khususnya mahasiswa yang sedang mengalami kendala keuangan menjadi dapat mengonsumsi makanan gratis dan enak.” -Konsumen 2-

Jawaban dari beberapa informan di atas menunjukkan bahwa Belasan melakukan kegiatan berbagi sebagai tindakan nyata dari prinsip akhlak baik. Kegiatan berbagi ini dilakukan dengan cara membagikan produk dari Belasan di pinggir jalan kepada banyak orang, seperti



pengguna motor yang sedang berlalu lalang, pejalan kaki, serta masyarakat sekitar. Selain itu, kegiatan Berbagi ini juga secara tidak langsung menunjukkan bahwa usaha Belasan merupakan salah satu usaha yang bermoral. Hal ini dikarenakan akhlak baik merupakan bagian dari bermoral. Pada kenyataannya, usaha Belasan ini telah menerapkan prinsip akhlak baik serta memiliki tujuan yang bermoral dalam melaksanakan usahanya.

Selain akhlak baik, tanggung jawab adalah salah satu prinsip etika dalam perspektif Islam yang juga sangat penting untuk diaplikasikan dalam melakukan usaha. Tanggung jawab yang dibahas dalam penelitian ini adalah jabatan sebagaimana sesuai dengan perspektif Islam yang memandang jabatan sebagai salah satu amanah yang dititipkan Allah SWT kepada manusia sehingga sebaiknya dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, ditemukan bahwa Belasan ternyata menerapkan prinsip ini dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut dibuktikan dengan salah satu jawaban dari beberapa informan sebagai berikut:

"Ada beberapa, ada konsumen yang tidak sabaran seperti dari grab, gojek atau shopeefood karena menunggu terlalu lama jadi emosi. Ada juga yang dari konsumen langsung karena tidak sabaran menunggu." -Karyawan Belasan-

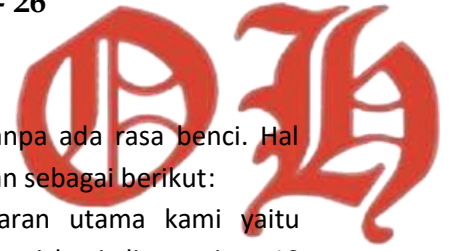
"... beberapa pelayanan masih ada yang kurang memuaskan karena pernah miskomunikasi terkait request dari konsumen. Namun, untuk harga dan kualitas makanan sudah bagus." -Konsumen 1-

"... dan juga pelayanannya tetap baik sampai sekarang." -Konsumen 1-

"Suka dengan pelayanan dari Belasan karena para pekerja di sana baik dan ramah." -
Konsumen 2-

Jawaban dari informan di atas menunjukkan bahwa karyawan Belasan tersebut cenderung berhasil untuk bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas atau amanahnya sebagai karyawan Belasan yang ditunjukkan dengan sikap karyawan Belasan yang peka dan menanggapi serta memahami keluhan dari konsumen terkait pelayanan pada Belasan pada saat konsumen merasa tidak sabar dalam menunggu penyajian makanan. Selain itu, adanya perubahan jawaban dari pihak konsumen 1 yang menyatakan pernah merasa kurang puas terhadap pelayanan namun telah memandang pelayanan Belasan merupakan pelayanan yang baik serta pihak konsumen 2 yang menyukai pelayanan Belasan menunjukkan bahwa karyawan tersebut berusaha mencari solusi untuk mengatasi berbagai keluhan dari konsumen dan ingin meningkatkan kualitas layanan. Respon, sikap, dan tindakan dari karyawan Belasan menggambarkan tanggung jawab atas kewajiban yang dimiliki sebagai salah satu bagian dari internal untuk menjaga reputasi Belasan dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Tidak cukup hanya dengan berakhlak baik dan tanggung jawab, Adil juga tidak kalah penting dalam prinsip etika dalam perspektif Islam sebagaimana tertulis pada surat An Nahl ayat 90: "Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang dari perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu supaya kamu dapat mengambil pelajaran." Ayat tersebut menunjukkan bahwa keadilan itu didasarkan atas kesetaraan dalam menyikapi



setiap perbedaan serta perilaku yang ada pada sesama manusia tanpa ada rasa benci. Hal tersebut dibuktikan dengan salah satu jawaban dari beberapa informan sebagai berikut:

“Macam-macam sebenarnya, tapi kembali lagi karena sasaran utama kami yaitu mahasiswa jadi waktu kami berbagi kami mencari tahu, misalnya bagi bagi di atas jam 10 malam bagi ke mahasiswa yang ada di kampus. Bukan hanya mahasiswa, tapi kami berbagi di jalan juga.” -*Head Outlet* Belasan-

Jawaban dari informan di atas menunjukkan bahwa Belasan tidak memiliki kriteria tertentu bagi pihak yang akan menerima produk dari kegiatan berbagi yang dilakukan. Hal ini dapat membuktikan bahwa Belasan memiliki sifat adil tanpa membedakan segmen tertentu dalam program berbagi makanan. Semua orang memiliki hak yang sama, oleh karena itu Belasan menjunjung tinggi keadilan yang diaplikasikan dalam bentuk program berbagi yang mana terlepas dari latar belakang atau status sosial, setiap orang berhak atas kebutuhan dasar seperti makanan.

Pendekatan tanpa kriteria Belasan dalam berbagi makanan akan membantu membangun rasa keadilan dan solidaritas di masyarakat. Melalui program ini, masyarakat dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kebersamaan atau solidaritas sebagai sesama makhluk sosial yang diwujudkan melalui tindakan nyata, seperti kegiatan berbagi atau tolong menolong tanpa memandang latar belakang atau perbedaan yang ada. Selain itu, program berbagi dari Belasan juga dapat menginspirasi banyak orang untuk melakukan kebaikan serupa sehingga program ini secara tidak langsung akan menciptakan dampak positif di masyarakat.

“Semua perlakuan kepada konsumen sama, tidak membedakan. Kami disini juga menggunakan bahasa makanan yang familiar dengan daerah asal mereka jadi kami mengambil makanan nusantara untuk membuat mereka mengingat makanan rumah.” -Karyawan-

Begitupun dengan cara Belasan memperlakukan seluruh konsumennya. Belasan tidak membedakan perlakuan terhadap konsumennya. Cara Belasan memperlakukan konsumennya secara adil yang mana hal tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Wilkie (1994; 541), mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional yang positif pada evaluasi terhadap pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Pada akhirnya, konsumen akan loyal cenderung tertarik untuk meneruskan pembeliannya di masa mendatang.

Di sisi lain, penerapan beberapa prinsip etika dan moral di atas, seperti akhlak baik, tanggung jawab, dan keadilan dalam kegiatan usaha atau bisnis sering kali menimbulkan kekhawatiran terkait dampaknya yang akan mengurangi laba perusahaan. Dalam hal ini terjadi pada saat UMKM Belasan melakukan kegiatan berbagi makanan produknya secara gratis dan kegiatan ‘Jumat Berkah’ dikhawatirkan menyebabkan perusahaan mengalami kerugian karena tidak mendapatkan pendapatan kas dari kegiatan tersebut. Akan tetapi, kekhawatiran terkait hal tersebut tidak berlaku pada Belasan.

“Tidak, justru secara tidak langsung setelah berbagi makanan akan banyak timbal balik yang didapatkan.” -*Head Outlet*-



“Balik lagi yang udah aku jelasin sebelumnya pasti ada aja timbal balik yang berkali kali lipat setelah melakukan program tersebut dan buat kami juga akan menjadi berkah jadi kami tidak segan untuk melakukan berbagi.”-*Head Outlet*-

Jawaban informan di atas membuktikan Belasan percaya program berbagi yang mereka lakukan tidak akan mengurangi laba. Walaupun Belasan tidak mengharapkan imbalan dari program berbagi, Belasan percaya tindakan baik akan menghasilkan timbal balik berkali-kali lipat di kemudian hari. Keyakinan Belasan akan adanya berkah, membuat Belasan terus termotivasi untuk selalu berbagi dan berbuat baik di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip etika yang diterapkan oleh Belasan tidak hanya mementingkan laba, namun dengan kegiatan berbagi justru membuktikan bahwa hasil yang didapatkan jauh lebih banyak dan mendapat keberkahan sebagaimana menggambarkan Belasan memiliki tujuan yang bermoral dalam menjalankan usahanya.

Simpulan

Penerapan etika dalam bisnis merupakan dasar yang penting untuk membantu menjaga norma dan nilai yang berlaku, serta tidak lupa dengan memperhatikan manfaat terhadap orang-orang sekitarnya. Melalui prinsip-prinsip etika dalam perspektif Islam, UMKM Belasan menunjukkan bahwa Belasan dapat mencapai tujuan moral tanpa merasa terbebani oleh kerugian akan laba usaha. Belasan percaya bahwa tindakan baik akan membawa berkah dan akan adanya timbal balik yang lebih besar di masa yang akan datang. Kepercayaan akan hal tersebut didukung oleh sebuah dalil yang diyakini oleh Belasan yang tertulis pada salah satu sisi di *standnya*. Dalil tersebut berbunyi “*Kayfa akhofu minal faqr, wa ana abd al-Ghaniy*” memiliki arti “Bagaimana aku akan takut akan kemiskinan, sedang aku adalah hamba dari Yang Maha Kaya”.

Dengan etika bisnis yang diterapkan, Belasan berhasil menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan meningkatkan daya saingnya. Etika bisnis menjadi panduan moral yang tak tergantikan bagi Belasan, memastikan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan individu, akan tetapi juga memperhatikan kepentingan karyawan serta konsumen. Pendekatan ini membantu Belasan mencapai keberkahan kepada Allah SWT serta kesuksesan yang berkelanjutan dikarenakan kepercayaan konsumen yang menjadi loyal dikarenakan moral yang dipegang teguh oleh Belasan. Oleh karena hal itu, Belasan menunjukkan moral bisnis yang lebih dari sekadar mementingkan laba. Selain itu, penerapan etika secara konsisten dan bertanggung jawab oleh Belasan dapat mengakibatkan meningkatnya laba usaha dalam jangka panjang, membangun reputasi yang positif, dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Alkahfi, M. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 1(2), 75-88.
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis penerapan etika bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaan dagang. *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, 6(02).



- Bertens, K. (1975). Sejarah filsafat Yunani: dari Thales ke Aristoteles. Penerbit Kanisius.
- Mayasari, R., & Bachtiar, E. (2022). APAKAH AKUNTANSI DAN ETIKA MEMBUAT TUJUAN PERUSAHAAN MENJADI LEBIH MULIA?. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(3), 432-447.
- Riky, M., & Ramadhan, M. R. (2023). Pentingnya Etika Agama Dalam Manajemen Bisnis Modern. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 1(4), 567-575.
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 129-140.
- Satyawan, I. K. A., Nopiari, N. P., Wiratama, I. G. N. P., & Agustina, P. A. A. (2022). Peranan Etika dan tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 2, 75-82.
- Sitio, N., & Umaroh, N. (2024). Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis pada UMKM di Kecamatan Pangandaran. *Lentera Pengabdian*, 2(01), 35-40.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tanjung, H. & Devi, A. (2018). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Bekasi : Gramata Publishing
- Wahidmurni, W. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*
- Wilkie, Willienn L, (1994), *Consumer Behavior*, 3rd ed. John Wiley & Sons, Inc