

PERANAN ETIKA BISNIS UMKM DALAM BERINOVASI

¹Titah Rahmawati, ²Fery Citra Febriyanto, ³Erliana

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

ARTICLE INFO

Keywords:
Etika Bisnis, Inovasi,
UMKM

Email :
02720@unpam.ac.id

ABSTRACT

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh tim dosen Universitas Pamulang, khususnya dari Program Studi Akuntansi Perpajakan dan Akuntansi, bertujuan untuk memberikan edukasi tentang pentingnya etika bisnis dalam inovasi UMKM kepada KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate. Data menunjukkan bahwa lebih dari 50% UMKM di Indonesia didirikan oleh wanita, berkontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Edukasi ini menekankan perilaku bisnis yang etis, termasuk transparansi, tanggung jawab lingkungan, dan kejujuran dalam promosi produk. KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate yang mayoritas bergerak di bidang kuliner, telah memanfaatkan platform digital seperti Shopee, WhatsApp, Instagram, dan Tiktok untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, beberapa pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam memahami dan menerapkan etika bisnis. Hasil dari kegiatan PKM ini menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya etika bisnis dan inovasi, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Dengan menerapkan perilaku bisnis yang etis dan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan kepercayaan konsumen, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Copyright © 2024 ABDIMAS SEAN.

All rights reserved is Licensed under a [Creative Commons](#)

[Attribution- NonCommercial 4.0 International License \(CC BY-NC 4.0\)](#)

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong peningkatan perekonomian Indonesia. Melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Hingga saat ini, UMKM di Indonesia berjumlah sekitar 67 juta yang tersebar di berbagai daerah, menjadikannya penyokong utama perekonomian selain koperasi.

Kota Tangerang Selatan, dengan jumlah penduduk sebanyak 1.378.466 jiwa pada tahun 2021, memiliki angka pengangguran yang signifikan, mencapai 53.832 orang. Meskipun demikian, tingkat kesempatan kerja di kota ini cukup tinggi, yaitu sebesar 93,41%, dengan mayoritas penduduk bekerja di sektor jasa. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan, pada tahun 2022 terdapat 149.644 UMKM yang tersebar di tujuh kecamatan. Sektor kuliner menjadi yang paling dominan, dengan 55.334 unit usaha, sementara sektor pertanian memiliki jumlah paling sedikit, yaitu 127 unit usaha.

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Wanita UMKM Pamulang Estate adalah salah satu contoh UMKM yang berlokasi di Pamulang Timur, Tangerang Selatan. KUBE ini terdiri dari pelaku UMKM yang menghasilkan produk di bidang kuliner, seperti Kue Lumpur Surga, Pempek, dan Bandeng Presto. Produk-produk ini sudah menggunakan label dan kemasan

yang baik. Namun, untuk memenangkan persaingan bisnis, UMKM harus terus mengembangkan dan mempromosikan usahanya secara berkelanjutan.

Promosi menjadi kunci dalam memenangkan persaingan pasar. Berbagai jenis promosi dapat dilakukan, seperti promosi penjualan, publisitas umum, penjualan pribadi, dan periklanan. Di era digital, promosi melalui media interaktif seperti e-commerce menjadi sangat efektif. E-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Namun, promosi melalui media digital harus tetap memperhatikan etika bisnis. Promosi yang tidak jujur dapat merugikan konsumen dan merusak reputasi UMKM.

Pengabdian kepada masyarakat oleh akademisi menjadi penting dilakukan saat ada tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Masalah-masalah seperti kurangnya pemahaman tentang etika bisnis, kurangnya inovasi dalam pemasaran, dan keterbatasan dalam pengembangan produk sering kali menghambat pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan tentang pentingnya etika bisnis dan inovasi dalam pemasaran sangat diperlukan. Pengabdian kepada masyarakat melalui edukasi etika bisnis bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk bersaing secara sehat dan berkelanjutan dalam pasar yang semakin kompetitif.

Dengan adanya masalah-masalah yang dihadapi oleh KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate, tim pengabdian PKM Universitas Pamulang melakukan edukasi terkait peranan etika bisnis UMKM dalam berinovasi. Kegiatan ini meliputi dua aspek utama, yaitu memberikan edukasi dan sesi tanya jawab atau diskusi. Edukasi diberikan untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya etika bisnis dalam pengelolaan UMKM, sementara sesi tanya jawab bertujuan untuk memberikan solusi praktis bagi para pelaku UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini ditujukan kepada semua pelaku UMKM yang tergabung dalam KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang etika bisnis dan cara berinovasi dalam pemasaran produk. Selain itu, diharapkan juga dapat membantu UMKM dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif dan beretika.

METODE

Dalam rangka mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh KUBE (Kelompok Usaha Bersama) Wanita UMKM Pamulang Estate, tim pengabdian PKM dari Universitas Pamulang telah menyusun sebuah metode pelaksanaan yang komprehensif. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan edukasi terkait peranan etika bisnis dalam inovasi UMKM. Kegiatan ini diselenggarakan secara offline di kediaman salah satu pelaku UMKM yang merupakan bagian dari KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate, yaitu UMKM "Dapur Madiun Bu Susy," yang dilaksanakan pada tanggal 25 April 2024 hingga 25 Mei 2024.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini melibatkan beberapa pendekatan. Pertama, metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi mengenai Etika Bisnis kepada para pelaku UMKM. Ceramah ini dilakukan melalui presentasi yang terstruktur, yang mencakup pentingnya etika bisnis, implikasi etika bisnis dalam inovasi, dan praktik terbaik etika bisnis. Dalam ceramah ini, peserta diberikan penjelasan mengenai dasar-dasar etika bisnis dan bagaimana etika ini penting dalam menjalankan usaha, terutama dalam menjaga kepercayaan konsumen. Kedua, metode diskusi digunakan untuk memberikan kesempatan kepada peserta pengabdian yang merupakan pelaku UMKM untuk berinteraksi langsung dan mendiskusikan materi yang telah disampaikan. Diskusi ini dilakukan melalui sesi tanya jawab, di mana peserta dapat mengajukan pertanyaan seputar materi yang telah disampaikan dalam ceramah. Hal ini memungkinkan peserta untuk mendapatkan klarifikasi lebih lanjut

dan mendalami pemahaman mereka. Selain itu, peserta juga dibagi ke dalam kelompok-kelompok kecil untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan promosi dan inovasi produk. Diskusi ini difasilitasi oleh tim pengabdian yang memberikan arahan dan solusi praktis.

Ketiga, metode praktik langsung diterapkan untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam praktik. Peserta diajak untuk melakukan simulasi kegiatan pemasaran produk mereka dengan memperhatikan aspek-aspek etika bisnis yang telah dipelajari. Simulasi ini mencakup pembuatan konten promosi yang jujur dan bertanggung jawab. Selain itu, peserta juga diberikan bimbingan dalam mengembangkan produk mereka agar lebih inovatif dan menarik bagi konsumen, yang meliputi desain produk, pengemasan, dan penentuan harga. Setelah melakukan praktik, peserta diberikan evaluasi dan umpan balik mengenai kinerja mereka, di mana tim pengabdian memberikan saran untuk perbaikan dan peningkatan lebih lanjut. Keempat, metode pembimbingan berkelanjutan diterapkan untuk memastikan bahwa hasil dari kegiatan pengabdian dapat diterapkan secara konsisten oleh peserta. Tim pengabdian mengadakan sesi follow-up untuk memonitor perkembangan peserta dan memberikan bimbingan tambahan jika diperlukan. Selain itu, peserta yang memerlukan bantuan lebih lanjut dapat mengajukan konsultasi individu dengan anggota tim pengabdian untuk mendapatkan solusi yang lebih spesifik terhadap permasalahan mereka. Peserta juga didorong untuk membentuk komunitas atau forum diskusi internal di antara mereka untuk saling berbagi pengalaman dan pengetahuan, serta mendukung satu sama lain dalam penerapan etika bisnis dan inovasi.

Dengan penerapan metode pelaksanaan yang komprehensif ini, diharapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM di KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate. Melalui edukasi, diskusi, praktik langsung, dan pembimbingan berkelanjutan, peserta diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menerapkan etika bisnis dan berinovasi dalam usaha mereka. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga manfaat jangka panjang berupa peningkatan kualitas dan daya saing UMKM, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya UMKM bagi wanita dapat dilihat dari beberapa aspek. Data terbaru menunjukkan bahwa lebih dari 50% UMKM di Indonesia didirikan oleh wanita, memainkan peran penting dalam perekonomian lokal. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM wanita menyumbang lebih dari 40% dari total UMKM di Indonesia pada tahun 2023. Selain itu, survei terbaru mengindikasikan bahwa UMKM yang dimiliki oleh wanita cenderung lebih bertahan dalam menghadapi tantangan ekonomi dan memiliki potensi untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Pandangan holistik, orientasi keberlanjutan, tanggung jawab sosial, serta keterhubungan dengan jaringan sosial dan komunitas yang kuat merupakan faktor-faktor yang mendukung keberlanjutan UMKM wanita.

Kontribusi UMKM bagi wanita tidak hanya terbatas pada kontribusi ekonomi, tetapi juga membawa manfaat yang luas bagi masyarakat secara keseluruhan. Dengan berkembangnya UMKM yang dimiliki oleh wanita, terbuka peluang bagi mereka untuk memperluas peran dalam pembangunan ekonomi lokal. UMKM menjadi wadah di mana keterampilan dan bakat wanita dapat diaktualisasikan, membawa perubahan positif dalam struktur ekonomi yang lebih inklusif dan merata.

KUBE (Kelompok Usaha Bersama) Wanita UMKM Pamulang Estate, yang berlokasi di Jl. Cempedak 1 Blok G8 No. 15 RT/RW 06/013 Pamulang, Tangerang Selatan, merupakan kumpulan pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner. KUBE ini menjadi objek sasaran dalam program pengabdian masyarakat. Pelaksanaan program ini diawali dengan pengurusan izin dan koordinasi dengan ketua KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate, Ibu Tri Susmiaty, selaku mitra pengabdian kepada masyarakat. Setelah mendapatkan izin, tim Pengabdian Masyarakat melakukan sosialisasi kegiatan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

Produk makanan yang tergabung dalam KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate antara lain Kue Lumpur Surga, Pempek, Aneka Kue Kering, Snack Ringan, Kentang Mustofa, Panada, Tahu Bakso, Sosis Solo, Sambal Madiun, Bandeng Presto, dan lainnya. Mayoritas produk tersebut sudah menggunakan label nama UMKM dan kemasan yang sesuai untuk makanan. Namun, kendala dalam promosi dan pemasaran produk mulai dirasakan oleh pelaku UMKM terutama sejak terjadinya pandemi Covid-19. Sebagian pelaku UMKM telah merambah pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial.

Berbagai platform digital yang ditawarkan oleh perusahaan penyedia jasa layanan digital dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM. Marketplace adalah salah satu layanan yang menghubungkan penjual dengan pembeli melalui pihak ketiga. Beberapa marketplace yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM antara lain Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli. Selain itu, online shop atau toko daring, yang memanfaatkan internet untuk berjualan langsung kepada konsumen dengan sistem pembayaran transfer bank, juga dapat digunakan. Media sosial yang sering dimanfaatkan sebagai online shop meliputi Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Tiktok. Dengan memanfaatkan platform-platform tersebut, UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk mereka. Transformasi digital ini diharapkan dapat membantu UMKM, terutama yang tergabung dalam KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate, untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan PKM

Pada saat melakukan kegiatan pengabdian, beberapa pelaku UMKM yang tergabung dalam KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate sudah merambah penjualannya dengan menggunakan market place Shopee selain karena interface penggunaan aplikasi shopee yang mudah diaplikasikan juga karena banyaknya promo bagi masyarakat sehingga banyak masyarakat yang melakukan jual beli melalui platform shopee. Selain itu, pelaku UMKM

yang tergabung dalam KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate juga memanfaatkan keberadaan online shop yang ada pada media sosial lainnya seperti Whastapp, Instagram, dan juga Tiktok. Selain bergabung pada matket place dan online shop, penjualan produk juga dilakukan dengan melakukan penjualan secara online melalui aplikasi Go Food milik GoJek dan Grab Food milik Grab.

Pemasaran yang dilakukan secara digital (online) sangat membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualannya. Hal ini karena selain minim biaya promosi juga memiliki pangsa pasar yang lebih luas dan terjangkau hanya dengan bermodalkan ponsel di tangan. Namun, tetap saja penjualan yang dilakukan secara online juga harus memperhatikan Etika yang ada. Hal ini karena para marketer menjadikan media sosial sebagai tujuan utama yang dapat diakses dengan menggunakan perangkat handphone sebagai bagian dari alat bisnis. Kegiatan pemasaran melalui media sosial juga memerlukan etika bisnis agar penggunaan media interaktif melalui smartphone dapat dipercaya dan yang terpenting tidak merugikan konsumen. Bentuk pemasaran dapat dilakukan dengan cara menampilkan produk mereka melalui upload foto-foto produk. Ini akan membentuk komunikasi para Usaha Mikro Kecil Menengah dengan seluruh pengguna media sosial tersebut.

Promosi para Usaha Mikro Kecil Menengah ini tentunya harus memperhatikan etika bisnis, namun sayangnya, beberapa konsumen merasa kecewa ketika produk yang dipesan nampak berbeda saat produk tersebut sudah di tangan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang digunakan masih melanggar etika bisnis, yang sengaja maupun tidak sengaja dapat menimbulkan dampak negatif terhadap konsumen produk yang dipromosikan tersebut. Melalui praktik bisnis yang etis, pelaku UMKM wanita dapat membangun reputasi yang kuat, memperoleh kepercayaan pelanggan, dan membuka pintu bagi kolaborasi yang berpotensi mendorong inovasi lebih lanjut.

Terkait dengan penerapan Etika Bisnis, tim dosen kolaborasi Podi Akuntansi Perpajakan dan Prodi Akuntansi Universitas Pamulang dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, memberikan edukasi wawasan dan pemahaman kepada pelaku UMKM yang tergabung dalam KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate. Edukasi terkait etika bisnis dilakukan karena dalam perkembangannya, etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan hukum tetapi juga konsep yang lebih luas yaitu tentang apa yang dianggap benar dan salah secara moral dalam konteks bisnis Etika bisnis mencakup pengambilan keputusan dan pelaksanaan aktivitas bisnis dengan cara yang adil, jujur, dan bertanggung jawab. Dengan menerapkan etika bisnis, para pelaku usaha dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnisnya. Hal ini karena penerapan etika bisnis menjamin adanya perlakuan yang adil, setara, jujur, dan transparan. Etika bisnis berfungsi untuk memberikan landasan moral dan prinsip-prinsip etis kepada para pelaku usaha dalam pengambilan keputusan di dunia bisnis. Selain itu, etika bisnis juga mendorong perilaku yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, yang tentunya dapat menguntungkan bisnis serta para pemangku kepentingan.

Beberapa contoh penerapan perilaku etis yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya yaitu :

1. Perilaku Jujur dan Transparan. Misalnya dengan menampilkan produk atau layanan jasa melalui iklan atau konten di media sosial secara jujur dan akurat. Informasi yang diberikan kepada konsumen tidak dilebih-lebihkan atau dipalsukan.
2. Perilaku Bertanggung Jawab Terhadap Lingkungan. Misalnya dengan turut berpartisipasi dalam gerakan mengurangi sampah khususnya sampah plastik yaitu dengan menerapkan prinsip 3R yaitu Reduce, Reuse, dan Recycle. Hal ini tentu memberikan dampak yang sangat baik bagi alam dan lingkungan sekitar serta dapat

meminimalkan limbah hasil produksi serta menghasilkan produk yang ramah lingkungan.

3. Perilaku Menghargai dan Melindungi Data Privasi Pelanggan. Misalnya dengan menerapkan suatu aturan dan sanksi yang tegas untuk melindungi data privasi pelanggan. Hal ini untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap bisnis yang dikelola oleh pelaku UMKM.
4. Perilaku Bertanggung Jawab Sosial Kepada Masyarakat. Misalnya dengan secara aktif turut berpartisipasi dalam kegiatan pengembangan masyarakat berupa pemberian sumbangan kepada masyarakat yang membutuhkan.
5. Menjunjung Tinggi Etika Rantai Pasokan (Supply Chain Ethics). Misalnya dengan turut memastikan bahwa pihak pemasok sudah mematuhi standar etika seperti tanggung jawab ekonomi, serta tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
6. Perilaku Bersaing Secara Sehat. Misalnya dengan menetapkan harga bersaing yang wajar pada produk usaha, tidak berusaha untuk memonopoli pasar, atau mengalahkan pihak kompetitor dengan cara yang tidak adil.
7. Menjamin Keamanan dan Kualitas Produk. Misalnya selalu teliti memeriksa kualitas bahan-bahan produksi, kebersihan, melakukan pengujian secara berkala dan menyeluruh, serta memitigasi segala risiko yang dapat terjadi.

Etika bisnis itu sangat penting bagi para pelaku usaha, hal ini dikarenakan etika bisnis penting untuk menciptakan reputasi yang positif bagi pelaku usaha dan bagi bisnis secara keseluruhan. Dengan reputasi bisnis yang positif, dapat membangun hubungan yang kuat dengan para pelanggan, meningkatkan kepercayaan, dan juga loyalitas pelanggan. Dengan menerapkan perilaku etis dalam berbisnis secara berkelanjutan, dapat menghindari masalah hukum atau sanksi-sanksi tertentu.

Langkah Inovatif yang dapat dilakukan yaitu :

1. Memanfaatkan platform digital dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.
2. Mengembangkan produk dan layanan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Hal ini dapat mencakup penggunaan bahan baku daur ulang, proses produksi yang efisien energi, atau bahkan menyediakan layanan pengolahan limbah bagi pelanggan.
3. Merancang produk dengan desain yang menarik dan kemasan yang kreatif untuk menarik perhatian konsumen. Desain produk yang unik dan menarik dapat membuat produk UMKM menjadi lebih berbeda dan menonjol di pasar.
4. Membangun kemitraan dengan UMKM lain, produsen lokal, atau komunitas bisnis untuk saling mendukung dan meningkatkan akses pasar. Kolaborasi ini dapat membantu UMKM memperluas jaringan, meningkatkan visibilitas, dan membagi biaya pemasaran.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil selama melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan oleh Tim Dosen Akuntansi Perpajakan yang berkolaborasi dengan Dosen Akuntansi Universitas Pamulang, yang diadakan di salah satu kediaman pelaku UMKM pemilik usaha "Dapur Madiun Bu Sussy" yang tergabung dalam KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate dan juga menjabat sebagai Ketua KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate, yaitu :

1. KUBE Wanita UMKM Pamulang Estate merupakan kumpulan usaha perseorangan yang mayoritas menghasilkan produk nya di bidang Kuliner dengan varian produk aneka kue basah, aneka kue kering, makanan frozen, minuman herbal, dan masih banyak aneka

- lainnya. Produk produk tersebut sudah dikemas dengan packaging yang cukup bagus dan aman untuk makanan (foodgrade) dan untuk mendukung nilai jual usahanya sudah memiliki Label nama toko dan menyertakan nomor wa aktif yang dapat dihubungi oleh para konsumen, namun ada beberapa produk yang belum memiliki ijin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) yang dikeluarkan oleh dinas kesehatan setempat. Untuk proses peningkatan penjualannya, telah dilakukan baik secara langsung (Offline) maupun menggunakan media sosial yang ada (Online) seperti shopee, Gojek, Grab, WA, IG, Tiktok.
2. Dari segi penerapan etika bisnis nya, masih ada beberapa pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya penerapan etika bisnis dalam melakukan usaha, khususnya penjualan yang dilakukan secara online. Beberapa diantaranya menganggap bahwa penjualan kan masih skala kecil hanya produk rumahan. Dan selama tidak ada pembeli yang komplain dianggap bahwa produk yang dijual baik baik saja.

REFERENSI

- Agoes, Sukrisno dan I Cenik Ardana. 2014. Etika Bisnis dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya. Edisi Revisi. Jakarta : Salemba Empat
- Aprianti, Kartini, dkk. 2023. Sosialisasi Pentingnya Etika Bisnis Dalam Aktivitas Produksi UMKM Rengginang Di Kelurahan Rontu Kota Bima. Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global, Vol.2, No.2, Mei 202, Hal 204-209.
- Ardiansyah, Panji. 2020. Etika Bisnis Bagaimana Membangun Bisnis yang Beretika. Yogyakarta : Quadrant.
- Asiati, Devi, dkk. 2020. UMKM Dalam Era Transformasi Digital. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ayodya, Wulan. 2020. UMKM 4.0. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Bengu, Hany, dkk. 2024. Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan UMKM Di Era Digital. TIMOR CERDAS - Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Komputer dan Rekayasa Sistem Cerdas, Vol.2, No.1, No. 2024, Hal 1 -7.
- Bertens, K.. (2013). "Pengantar Etika Bisnis". Yogyakarta: Kanisius
- Hermawan, Daniel. 2023. Inovasi Dalam UMKM : Peluang, Tantangan, dan Keberlanjutan. Yogyakarta : Deepublish.
- Keppres RI No. 19 Tahun 1998
- Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Setiadi Wijaya, Nikodemus Hans, dkk. 2020. Etika Bisnis, Panduan Bisnis Berwawasan Lingkungan Bagi Profesional Indonesia. Yogyakarta : Andi Offset.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah