



## MAKNA ETIKA BISNIS PADA UMKM DI KOTA AMBON

### *THE MEANING OF BUSINESS ETHICS FOR MSMEs IN AMBON CITY*

Rita J D Atarwaman<sup>1</sup>, Gabriela Pessy<sup>2\*</sup>, Putri RevaliaMakoy<sup>3</sup>, Sherley Sahertian<sup>4</sup>,  
Erasmus Nikodemus Terry<sup>5</sup>, Gloria Giovenshia Waas<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pattimura, Email: [gabrielaadpessy20@gmail.com](mailto:gabrielaadpessy20@gmail.com)

<sup>2\*</sup>Universitas Pattimura, Email: [gabrielaadpessy20@gmail.com](mailto:gabrielaadpessy20@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Pattimura, Email: [putrimakoy0@gmail.com](mailto:putrimakoy0@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Pattimura, Email: [sherleysahertian8@gmail.com](mailto:sherleysahertian8@gmail.com)

<sup>5</sup>Universitas Pattimura, Email: [erasmusnikodemusterry@gmail.com](mailto:erasmusnikodemusterry@gmail.com)

<sup>6</sup>Universitas Pattimura, Email: [gloriawaas93@gmail.com](mailto:gloriawaas93@gmail.com)

\*email koresponden: [gabrielaadpessy20@gmail.com](mailto:gabrielaadpessy20@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i2.2784>

#### **Abstrack**

*This study aims to understand in depth the meaning of business ethics for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) actors in Ambon City through a qualitative phenomenological approach. The primary focus of the research is directed toward understanding moral perceptions, experiences of facing ethical dilemmas, internalization of local wisdom values, and the role of trust in ensuring business sustainability. Data collection was conducted through semi-structured in-depth interviews with MSME owners in Ambon City, selected using a purposive sampling technique. Data analysis was based on Moustakas' phenomenological procedure, encompassing the stages of epoché, horizontalization, thematic clustering, and structural-textual description. The results indicate that business ethics is conceptualized not merely as an instrument for normative legal compliance, but rather as a manifestation of personal integrity and workplace spirituality. Interactive business relationships are heavily influenced by the social capital of local wisdom (such as trans-community spirit of togetherness). Consumer trust was identified as a critical bridge linking ethical behavior to business survival amidst high market volatility. These findings conclude the importance of integrating cultural moral values into MSME management to foster a resilient and sustainable local business ecosystem.*

**Keywords:** Business Ethics, Ambon MSMEs, Qualitative, Phenomenology, Trust, Local Wisdom.

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam makna etika bisnis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Ambon melalui pendekatan kualitatif fenomenologi. Fokus utama penelitian difokuskan pada pemahaman moral, pengalaman menghadapi dilema etis, internalisasi nilai kearifan lokal, serta peran kepercayaan dalam menjamin keberlangsungan usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) secara semi-terstruktur terhadap informan pemilik UMKM di Kota Ambon yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data didasarkan pada prosedur fenomenologi Moustakas yang mencakup



tahapan epoché, horisonalisasi, klaster tema, hingga deskripsi struktural-tekstual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis dimaknai bukan sekadar sebagai instrumen kepatuhan hukum normatif, melainkan sebagai manifestasi integritas personal dan spiritualitas kerja. Hubungan interaktif bisnis sangat dipengaruhi oleh modal sosial kearifan lokal (seperti semangat kebersamaan berbasis trans-komunitas). Kepercayaan konsumen diidentifikasi sebagai jembatan kritis yang mengaitkan perilaku etis dengan keberlanjutan hidup usaha di Tengah tingginya volatilitas pasar. Temuan ini menyimpulkan pentingnya integrasi nilai moral kultural ke dalam manajemen UMKM guna menciptakan ekosistem bisnis lokal yang resilien dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis, UMKM Kota Ambon, Nilai Kearifan Lokal, Kepercayaan Usaha, Penelitian Kualitatif Fenomenologi.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penyangga utama perekonomian di tingkat nasional maupun daerah, termasuk di Kota Ambon, Provinsi Maluku. Karakteristik perdagangan di Kota Ambon sebagai kota kepulauan menuntut model interaksi bisnis yang tidak hanya bertumpu pada keunggulan transaksional harga, melainkan pada kekuatan relasi interpersonal. Dalam ekosistem yang padat interaksi sosial seperti ini, etika bisnis muncul sebagai instrumen non-material strategis yang memandu jalannya operasional usaha harian. Sayangnya, pemahaman pelaku UMKM terhadap etika bisnis seringkali dianggap intuitif dan kurang terdokumentasi dengan baik dalam bingkai kajian ilmiah. Sintesis teoretis dari Kusuma dan Santoso (2019) mengonfirmasi adanya keterkaitan langsung yang kuat antara kepatuhan etis pelaku usaha mikro dengan kinerja operasional secara jangka panjang. Praktik moral kepatuhan ini mempertegas bahwa keberhasilan komersial tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab sosial. Di sisi lain, Mulyadi dan Rahardjo (2020) melalui perspektif fenomenologi menggarisbawahi bahwa kepercayaan (trust) yang lahir dari konsistensi beretika merupakan bentuk aset tidak berwujud (intangible asset) yang menjamin kelangsungan hidup UMKM dari berbagai guncangan krisis ekonomi. Kota Ambon memiliki keunikan sosiologis tersendiri. Nilai kultural lokal seperti semangat kebersamaan trans-komunitas dan gotong royong secara inheren melekat pada perilaku para pedagang tradisional. Namun, dinamika pasar modern berpotensi menimbulkan pergeseran moralitas bisnis yang memicu terjadinya dilema atau persoalan etis di lapangan. Oleh karena itu, penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi ini dilakukan secara mendalam untuk mengungkap, mengidentifikasi, dan merekonstruksi makna esensial etika bisnis, serta bagaimana relasi etika dan kepercayaan mampu menopang keberlangsungan usaha pelaku UMKM di Kota Ambon.

## 2. METODE PENELITIAN

### Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari informan utama, yaitu pelaku UMKM yang terlibat dalam praktik pelayanan konsumen serta konsumen yang pernah menerima layanan. Data primer ini mencakup informasi mengenai penerapan etika bisnis, pengalaman pelayanan, serta persepsi terhadap kualitas interaksi antara pelaku usaha dan konsumen (Sugiyono, 2021). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen pendukung seperti buku, artikel ilmiah, jurnal penelitian, serta laporan terkait UMKM dan etika bisnis yang relevan dengan fokus penelitian (Fadli, 2022). Data sekunder berfungsi untuk memperkuat dan melengkapi temuan dari data primer sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Pemilihan sumber data dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan relevansi informasi terhadap tujuan penelitian (Helaluddin & Wijaya, 2020). Selain itu, keabsahan sumber data juga diperhatikan agar informasi yang diperoleh memiliki kredibilitas yang tinggi (Moleong, 2023). Dengan demikian, kombinasi data primer dan sekunder diharapkan mampu mendukung analisis yang mendalam dan valid.



### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami secara mendalam dinamika penerapan etika bisnis dalam pelayanan konsumen pada usaha kecil di sektor UMKM. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, persepsi, serta pengalaman subjektif pelaku usaha dalam menerapkan prinsip etika bisnis pada praktik pelayanan sehari-hari (Sugiyono, 2021). Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis dan faktual berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan tanpa melakukan manipulasi variabel (Fadli, 2022). Dalam konteks ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses pengumpulan dan analisis data untuk memperoleh pemahaman yang holistik (Helaluddin & Wijaya, 2020). Jenis penelitian ini juga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai faktor yang memengaruhi penerapan etika bisnis, termasuk nilai personal, kondisi usaha, serta interaksi dengan konsumen (Moleong, 2023). Dengan demikian, pendekatan kualitatif deskriptif dianggap relevan untuk menjawab tujuan penelitian secara komprehensif dan kontekstual.

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana kegiatan penelitian dilakukan untuk memperoleh data yang relevan dengan fokus kajian. Penelitian ini dilaksanakan pada beberapa usaha kecil yang bergerak di sektor UMKM di wilayah perkotaan dan semi-perkotaan, yang memiliki karakteristik pelayanan konsumen secara langsung. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM di wilayah tersebut memiliki dinamika interaksi yang intens antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga relevan untuk mengkaji penerapan etika bisnis dalam pelayanan (Sugiyono, 2021). Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan kriteria tertentu seperti jenis usaha, tingkat interaksi dengan konsumen, serta keberagaman praktik pelayanan yang diterapkan (Fadli, 2022). Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh mampu menggambarkan fenomena secara lebih mendalam dan kontekstual (Helaluddin & Wijaya, 2020). Selain itu, lokasi penelitian dipilih dengan mempertimbangkan aksesibilitas dan keterbukaan informan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan (Moleong, 2023). Dengan demikian, lokasi penelitian diharapkan mampu mendukung tercapainya tujuan penelitian secara optimal dan komprehensif.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep dan Makna Etika Bisnis

Secara mendasar, etika bisnis dipahami sebagai seperangkat prinsip, norma, dan nilai moral yang menjadi pedoman perilaku bagi setiap pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonominya, baik dalam hubungan internal antar pemilik dan pekerja, maupun hubungan eksternal dengan pemasok, pelanggan, masyarakat luas, serta lingkungan sekitar (Andi, 2021). Dalam pandangan ilmu ekonomi, etika tidak dipisahkan dari tujuan usaha; melainkan berfungsi sebagai kerangka yang menjamin bahwa pencarian keuntungan tidak dilakukan dengan cara yang merugikan pihak lain atau melanggar tatanan kehidupan bersama (Paradigma, 2019).

Perlu dibedakan pula antara sekadar kepatuhan hukum dengan penerapan etika bisnis yang sesungguhnya. Jika hukum merupakan batas minimal yang wajib ditaati dengan sifat pengaturan yang memaksa, maka etika bergerak melampaui ketentuan tertulis tersebut—berkaitan dengan kesadaran sukarela untuk berbuat baik, adil, dan bertanggung jawab meskipun tidak ada pengawasan langsung dari pihak berwenang. Bagi usaha skala mikro, kecil, dan menengah, makna etika ini memiliki bobot yang lebih spesifik: karena struktur organisasinya sederhana dan sumber daya yang terbatas, keberlangsungan usaha sangat bergantung pada dukungan lingkungan terdekat, sehingga perilaku moral pelaku usaha menjadi bagian tak terpisahkan dari identitas usaha itu sendiri (Matulessy, Elly 2020). Di Indonesia, landasan ini semakin diperkuat oleh nilai-nilai yang tertuang dalam Pancasila serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang menegaskan bahwa pengembangan UMKM harus dilaksanakan berdasarkan prinsip keadilan ekonomi, demokrasi ekonomi, dan pembangunan yang berkelanjutan (*Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008*).



### Gambaran Umum Kondisi dan Karakteristik UMKM di Kota Ambon

Sebagai pusat pelayanan perdagangan dan pemerintahan di Provinsi Maluku, Kota Ambon memiliki struktur UMKM yang khas dan sangat terkait dengan potensi alam serta kebiasaan masyarakat setempat. Berdasarkan data yang ada, sebagian besar usaha bergerak di sektor perdagangan eceran, pengolahan hasil laut dan pertanian, industri kuliner, serta pembuatan kerajinan tangan—seluruhnya merupakan jenis usaha yang beroperasi sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari warga (Dinas koperasi, 2025). Jumlahnya terus berkembang dan menjadi tulang punggung penyerapan tenaga kerja lokal, mengingat pilihan lapangan pekerjaan formal di wilayah ini masih terbatas.

Ciri paling menonjol dari UMKM di Ambon terletak pada pola hubungan usahanya yang tidak terlepas dari sistem sosial dan budaya. Transaksi perdagangan maupun kerja sama antarpelaku usaha masih sangat dipengaruhi oleh ikatan kekerabatan, persaudaraan, serta semangat "satu negeri" atau satu komunitas adat (Latupono, Johanis 2022). Berbeda dengan pola bisnis di kota-kota besar yang sangat mengandalkan dokumen kontrak tertulis, di sini kepercayaan lisan sering kali sudah dianggap cukup mengikat dan sah. Karakteristik ini membuktikan bahwa posisi UMKM di Kota Ambon bukan sekadar unit ekonomi semata, melainkan juga bagian dari jaringan kehidupan sosial yang kuat dan saling tergantung satu sama lain (BPS Kota Ambon, 2023). Keberadaan mereka juga memiliki peran strategis dalam menjaga kestabilan ekonomi daerah, terutama saat terjadi guncangan ekonomi yang lebih luas.

### Makna Khusus Etika Bisnis dalam Konteks Lokal Kota Ambon

Dengan mempertimbangkan karakteristik wilayah dan pola interaksi di atas, makna etika bisnis bagi UMKM di Kota Ambon tidak bisa dipahami secara umum semata, melainkan memiliki dimensi-dimensi khusus yang tumbuh dari realitas setempat.

Pertama, etika bisnis berfungsi sebagai fondasi utama kepercayaan masyarakat. Mengingat lingkungan pasar bersifat lokal dan komunitasnya saling mengenal dengan erat, setiap tindakan usaha—baik yang baik maupun yang melanggar norma—akan dengan cepat diketahui dan menyebar luas. Praktik tidak etis seperti pemalsuan mutu barang, penimbunan saat kelangkaan, atau penipuan penetapan harga dapat menghancurkan reputasi usaha bahkan nama baik keluarga dalam waktu singkat. Sebaliknya, konsistensi dalam bersikap jujur dan adil akan membangun kepercayaan yang menjadi aset jauh lebih berharga daripada modal uang, karena di pasar yang saling mengenal, pelanggan akan tetap setia dan merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain.

Kedua, makna etika di sini selaras dan diperkaya oleh nilai-nilai budaya lokal. Di tengah masyarakat Ambon, konsep berbisnis sebenarnya adalah perpanjangan dari tata cara berinteraksi sosial yang dijunjung tinggi. Nilai-nilai seperti kebersamaan, saling membantu tanpa pamrih, dan keadilan dalam hubungan kekerabatan secara alami menjadi standar etika yang diterapkan dalam transaksi usaha (Tuasikal, M. Saleh 2018). Contoh nyatanya dapat dilihat pada kebiasaan menetapkan harga yang wajar di masa sulit, tidak membedakan pembeli berdasarkan asal daerah atau suku, serta memberi peluang kerja sama kepada pemasok dari lingkungan sekitar terlebih dahulu. Usaha yang berjalan bertentangan dengan nilai budaya ini akan sulit berkembang, karena dianggap melanggar tatanan kesepakatan hidup bersama.

Ketiga, etika bisnis kini juga bermakna sebagai penentu daya saing dan kunci pengembangan pasar. Seiring dengan semakin terbukanya akses transportasi dan komunikasi di wilayah Maluku, persaingan tidak lagi hanya datang dari pelaku lokal, melainkan juga dari luar pulau. Dalam situasi ini, pemenuhan standar etika—seperti jaminan mutu yang sesuai janji, ketepatan waktu penyerahan barang, kejelasan informasi produk, serta keadilan pembayaran—menjadi syarat mutlak agar UMKM lokal dapat bersaing dan diterima di pasar yang lebih luas (BPS Kota Ambon, 2024). Bahkan untuk mengakses peluang pasokan bagi instansi pemerintah, hotel, atau jaringan perdagangan antarpulau, landasan etika yang kuat menjadi persyaratan tidak tertulis yang sama pentingnya dengan kualitas fisik produk itu sendiri.

Keempat, mengingat Kota Ambon berada di wilayah kepulauan yang sangat bergantung pada sumber daya alam laut dan darat, makna etika bisnis juga mencakup tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan. Bagi UMKM pengolah ikan, hasil pertanian, atau bahan kerajinan, beretika berarti tidak melakukan eksploitasi berlebihan yang merusak sumber daya, serta mengelola limbah



produksi agar tidak mencemari pesisir dan laut sekitarnya (LPU Pattimura, 2023). Kerusakan lingkungan bukan hanya masalah ekologi semata, melainkan ancaman langsung bagi kelangsungan bahan baku usaha dan mata pencaharian masyarakat di masa mendatang.

### **Tantangan dalam Memahami dan Menerapkan Makna Etika Bisnis**

Di lapangan, perubahan pemahaman konsep menjadi praktik nyata masih menghadapi berbagai hambatan yang perlu diperhatikan secara serius. Kendala utama yang paling sering ditemui adalah keterbatasan pengetahuan formal. Sebagian besar pelaku UMKM di Ambon memulai usaha tanpa melalui pendidikan atau pelatihan khusus manajemen dan etika bisnis, sehingga pemahaman mereka masih bersifat intuitif dan mengandalkan pengalaman turun-temurun saja (Dinas Koperasi Kota Ambon, 2024). Belum ada panduan atau materi pembinaan yang dirancang khusus dengan bahasa dan contoh yang disesuaikan dengan konteks budaya setempat. Selain itu, terdapat pula tekanan kondisi ekonomi dan persaingan. Di saat pendapatan usaha berfluktuasi tidak menentu, biaya bahan naik, atau arus barang dari luar daerah masuk dengan harga yang sangat murah, banyak pelaku usaha terdesak untuk mengutamakan kelangsungan hidup jangka pendek. Dalam situasi sulit ini, prinsip etika sering kali dianggap sebagai beban tambahan yang bisa dikesampingkan sementara demi menjaga usaha tetap berjalan. Masih ditemukan pula hambatan berupa kebiasaan lama; mengubah pola transaksi yang berbasis percaya lisan menuju sistem yang lebih tercatat dan terstruktur sesuai standar etika modern sering kali dianggap rumit dan tidak perlu oleh sebagian pelaku usaha.

### **Implikasi dan Arti Pemahaman Makna Etika Bisnis Bagi Pengembangan Ekonomi Lokal**

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa memahami makna etika bisnis secara mendalam bukanlah hal yang sekadar bersifat teoretis atau formalitas belaka, melainkan memiliki implikasi strategis bagi kemajuan ekonomi Kota Ambon. Pertama, etika harus dipandang sebagai strategi pembangunan dan bukan beban. Ketika prinsip ini diterapkan secara luas, akan terbentuk iklim usaha yang sehat, adil, dan saling menguntungkan—yang pada akhirnya menarik lebih banyak dukungan dan peluang investasi bagi daerah (Kemenkop UKM, 2022).

Kedua, pemahaman yang baik akan memperkuat citra dan nilai tambah produk khas Maluku. Produk yang dihasilkan oleh usaha yang dikenal jujur, ramah lingkungan, dan berpegang pada nilai budaya positif akan memiliki keistimewaan tersendiri di mata konsumen luar daerah maupun luar pulau. Ketiga, etika yang tertanam kuat akan memperkokoh kerja sama kelembagaan UMKM itu sendiri, memudahkan pembentukan kelompok, koperasi, atau jaringan pemasaran bersama yang lebih kuat menghadapi tantangan pasar. Ke depannya, arah pengembangan pembinaan UMKM di Kota Ambon perlu semakin mengintegrasikan nilai budaya lokal dan konsep etika bisnis ke dalam satu program yang terpadu. Dengan cara demikian, makna etika bisnis akan semakin hidup dan tumbuh alami di tengah masyarakat—menjadi dasar kokoh bagi pembangunan ekonomi daerah yang mandiri, beradab, dan benar-benar berkelanjutan sesuai dengan potensi serta karakter asli Kota Ambon.

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai makna etika bisnis serta penerapannya di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Ambon, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

Pertama, secara konseptual etika bisnis dipahami bukan sekadar pemenuhan batas minimal yang diatur oleh hukum semata, melainkan seperangkat prinsip dan nilai moral yang meliputi kejujuran, keadilan, tanggung jawab, serta rasa hormat terhadap hak berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha. Khusus bagi UMKM di Kota Ambon, makna ini tidak berdiri sendiri atau diimpor begitu saja dari konsep umum, melainkan telah tumbuh, berakar, dan diperkaya secara alami oleh nilai-nilai budaya setempat. Pola hubungan usaha di wilayah ini sangat erat terkait dengan ikatan kekerabatan, rasa persaudaraan, serta semangat "satu negeri", sehingga kepercayaan yang dibangun melalui perilaku etis berkedudukan sebagai "mata uang utama" yang jauh lebih mengikat daripada sekadar perjanjian tertulis.

Kedua, dalam konteks nyata kehidupan ekonomi Kota Ambon, etika bisnis memiliki peran dan makna khusus yang sangat strategis. Pertama, ia berfungsi sebagai fondasi utama keberlangsungan usaha jangka panjang; mengingat lingkungan pasar bersifat lokal dan komunitasnya saling mengenal



erat, setiap pelanggaran norma—seperti pemalsuan barang atau penentuan harga yang tidak wajar—akan dengan cepat diketahui dan berakibat langsung pada hancurnya reputasi hingga hilangnya pelanggan secara menyeluruh. Sebaliknya, konsistensi beretika menjadikan nama baik usaha sebagai aset tak ternilai. Kedua, seiring semakin terbukanya akses perdagangan dan masuknya persaingan dari luar pulau, pemahaman serta penerapan etika yang baik kini juga bermakna sebagai penentu daya saing; menjadi syarat mutlak agar produk dan pelaku usaha lokal dapat naik kelas, memenuhi standar lembaga pembeli, serta meluaskan jangkauan pasar melampaui batas Kota Ambon. Ketiga, mengingat wilayah ini adalah daerah kepulauan yang seluruh potensi ekonominya sangat bergantung pada hasil laut dan kekayaan alam daratan, makna etika bisnis juga mencakup dimensi pelestarian lingkungan—berarti menolak eksploitasi berlebihan dan mengelola limbah dengan bijak demi menjaga sumber bahan baku yang tetap tersedia bagi generasi mendatang.

Ketiga, meskipun benih-benih nilai etika sebenarnya sudah hidup dan berjalan dalam tradisi transaksi masyarakat Ambon sejak lama, penerapannya secara terstruktur dan sadar masih menghadapi berbagai kendala serius. Sebagian besar pelaku UMKM masih memegang pemahaman yang bersifat pengalaman turun-temurun saja, belum didukung oleh pengetahuan formal maupun pedoman yang jelas dan disesuaikan dengan budaya lokal. Tekanan fluktuasi ekonomi, kenaikan biaya produksi, serta persaingan harga yang kadang tidak sehat juga sering kali mendorong pelaku usaha mengutamakan kelangsungan hidup jangka pendek, sehingga prinsip etika cenderung dianggap sebagai beban yang bisa dikesampingkan sementara. Belum maksimalnya pembinaan terpadu dari pihak berwenang semakin memperlambat perubahan kebiasaan dari pola transaksi lisan menuju sistem yang lebih teratur dan terstandar.

Keempat, dari seluruh uraian tersebut tersimpul pesan inti: pemahaman mendalam mengenai makna etika bisnis tidak boleh dipandang sebagai tambahan beban kerja atau persyaratan administratif semata. Sebaliknya, hal itu merupakan strategi dasar dan jalan utama untuk membangun sistem ekonomi lokal yang kokoh, adil, dan benar-benar berkelanjutan. Keberhasilan pengembangan UMKM di Kota Ambon di masa depan sangat bergantung pada kemampuan menyatukan dua kekuatan besar: warisan nilai budaya luhur yang sudah dimiliki masyarakat, serta standar etika dan tata kelola usaha modern yang teratur—sehingga tercipta iklim usaha yang sehat, mandiri, dan mampu mengangkat citra serta kesejahteraan seluruh warga Kota Ambon dan Provinsi Maluku pada umumnya.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Latupono, Johanis. (2022). "Pola Hubungan Ekonomi dan Nilai Budaya Masyarakat Ambon". *Jurnal Penelitian Sosial dan Budaya Maluku*, Vol. 8, No. 2, hlm. 41–50. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jpsbm/article/view/14217>
- Sucipto. (2022). "Studi Etika Bisnis Masyarakat Ambon dalam Praktik Ekonomi". *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, Vol. 11, No. 1, hlm. 88–102. <https://doi.org/10.21111/equilibrium.v11i1.7842>
- Purwandari, E. & Mukmin, A. (2025). "Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM di Kota Ambon". *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 7, No. 1, hlm. 19–28. <https://doi.org/10.33477/eksy.v7i1.9858>
- Matulessy, Elly & Matulessy, Agustinus. (2021). "Kepercayaan Sosial dan Keberlangsungan Usaha Mikro di Wilayah Kepulauan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura*, Vol. 5, No. 1, hlm. 19–32. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jebup/article/view/11452>
- Tuanaya, Wahab. (2024). "Tanggung Jawab Lingkungan dan Pengelolaan Sumber Daya pada UMKM Pesisir Ambon". *Baileo: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 3, No. 3, hlm. 829–848. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/baileofisip/article/view/25948>
- Les sil, Costansa Glory & Sahanaya, Costantinus. (2025). "Nilai Tradisional dan Kerja Sama Ekonomi Nelayan dan Pengolah Hasil Laut di Ambon". *PAPALELE: Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan*, Vol. 9, No. 2, hlm. 211–220. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/papalele/article/view/22914>



- Lasaiba, Mohammad Amin & Riry, Roberth Berthy. (2025). "Pembinaan Etika dan Kesadaran Lingkungan bagi Pelaku UMKM". ARUMBAL: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 3, No. 1, hlm. 89–100. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/arumbai/article/view/19508>
- Matulesy, Agusthinus, dkk. (2026). "Analisis Penerapan Prinsip Berkelanjutan pada UMKM Pengolah Hasil Laut Kota Ambon". RIGGS: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi, Vol. 4, No. 1, hlm. 45–60. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5514>
- Sumanto, Hadi. (2021). Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Matulesy, Elly. (2020). Kepercayaan dan Keberlangsungan Usaha Kecil di Kota Ambon. Ambon: Penerbit Universitas Pattimura.
- Tuasikal, M. Saleh. (2018). Nilai-Nilai Budaya Lokal Maluku dalam Pembangunan Ekonomi. Ambon: Balai Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Maluku.
- Kaelan. (2019). Filsafat Etika: Dasar dan Penerapannya. Yogyakarta: Penerbit Paradigma.
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Sekretariat Negara RI. <https://peraturan.go.id/uu/nomor-20-tahun-2008>
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Maluku. (2025). Laporan Data Sebaran dan Potensi UMKM di Kota Ambon. Ambon: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Maluku.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Ambon. (2024). Hasil Survei Kendala dan Kebutuhan Pembinaan UMKM Tahun 2024. Ambon: Dinas Koperasi Kota Ambon.
- Badan Pusat Statistik Kota Ambon. (2024). Analisis Perkembangan Perdagangan dan Persaingan Usaha di Wilayah Ambon. Ambon: BPS Kota Ambon.
- Lembaga Penelitian Universitas Pattimura. (2023). UMKM dan Kelestarian Lingkungan di Wilayah Kepulauan Maluku. Ambon: LPU Universitas Pattimura.