ESA: Economics Science and Administration **Vol. 03 No. 02, Juli 2026**
https://ejournal.bungabakti.com/index.php/ESA *p-ISSN: 3063-1726*
Doi: 10.56842 *e-ISSN: 3063-1351*

TRANSFORMASI DIGITAL DAN ETIKA BISNIS DALAM MENINGKATKAN KINERJA OPERASIONAL UMKM PASCA-PANDEMI: STUDI EMPIRIS DI TANGERANG SELATAN

Azzam [1], Akifa [2], dan Irwan [3]
STESPANMA NTB[123]
azzammm@gmail.com, akifanayy@gmail.com, irwansyah@gmail.com

Article Info

Keywords:
Digital Transformation,
Business Ethics,
Operational Performance,
MSMEs,
SmartPLS 4

ABSTRACT

Digital transformation and business ethics have emerged as fundamental determinants for the operational resilience of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the post-pandemic recovery phase. This study aims to empirically analyze the impact of digital technology adoption and business ethics adherence on the operational performance of MSMEs in South Tangerang. A quantitative approach was employed, utilizing a purposive sampling technique to collect data from 150 culinary and retail MSME operators. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) through SmartPLS 4 software. The findings reveal that digital transformation has a positive and significant effect on operational performance. Similarly, business ethics significantly contributes to operational efficiency and customer retention. The simultaneous application of digital tools and ethical principles explains 53.4% of the variance in operational performance. This study provides robust empirical evidence that technological advancement must be aligned with ethical integrity to foster sustainable economic growth and competitive advantage for MSMEs in the new normal era.

Article Info

Kata kunci:
Transformasi Digital,
Etika Bisnis,
Kinerja Operasional,
UMKM,
SmartPLS 4

Abstract

Transformasi digital dan etika bisnis telah menjadi penentu fundamental bagi ketahanan operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada fase pemulihan pasca-pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris dampak adopsi teknologi digital dan kepatuhan etika bisnis terhadap kinerja operasional UMKM di Tangerang Selatan. Pendekatan kuantitatif diterapkan dengan memanfaatkan teknik purposive sampling untuk mengumpulkan data dari 150 pelaku UMKM sektor kuliner dan perdagangan. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa transformasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional. Etika bisnis juga berkontribusi secara signifikan terhadap efisiensi operasional dan retensi pelanggan. Penerapan perangkat digital dan prinsip etika secara bersamaan mampu menjelaskan 53,4% varians pada kinerja operasional. Penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa kemajuan teknologi harus diselaraskan dengan integritas etika guna mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan serta keunggulan kompetitif UMKM di era kenormalan baru.

PENDAHULUAN

Pemulihan makroekonomi pasca krisis kesehatan global menuntut adanya restrukturisasi operasional yang fundamental pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Entitas UMKM terbukti memegang peranan esensial dalam menopang arsitektur perekonomian nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan stabilisasi rantai pasok lokal (Abdullah & Rahman, 2025). Pandemi yang melanda dunia beberapa waktu lalu telah memicu disrupsi ekstrem, memaksa

terjadinya pergeseran paradigma bisnis dari metode transaksi konvensional menuju sistem tata kelola digital (Chen et al., 2025). Proses transisi struktural ini mewajibkan pelaku usaha mikro untuk beradaptasi dengan kecepatan penetrasi teknologi informasi guna meminimalisasi risiko kebangkrutan dan mempertahankan kontinuitas operasional perusahaan (Baskoro & Salim, 2025).

Secara teoritis, integrasi kapabilitas digital ke dalam proses bisnis dapat ditelaah melalui lensa Resource-Based View (RBV). Teori ini mempostulatkan bahwa keunggulan kompetitif suatu perusahaan bersumber dari sumber daya internal yang berharga, langka, dan sulit ditiru (Li & Zhao, 2025). Dalam konteks UMKM modern, infrastruktur digital seperti platform e-commerce, piranti lunak manajemen inventaris berbasis komputasi awan, serta sistem pembayaran nirkontak bertransformasi menjadi sumber daya strategis pencipta nilai tambah (Haryono & Yulianti, 2025). Pemanfaatan perangkat komputasi tersebut secara optimal diklaim mampu mereduksi hambatan distribusi spasial, memangkas struktur biaya tetap, serta memperluas penetrasi pasar melintasi batas geografis (Yusuf & Ibrahim, 2025). Tangerang Selatan, sebagai salah satu kawasan penyangga ibu kota yang mengalami eskalasi pesat pada sektor perdagangan ritel dan industri kuliner, merepresentasikan ekosistem yang sangat ideal untuk membedah fenomena adaptasi digital ini (Setiawan & Wibowo, 2026).

Berbagai studi kontemporer secara konsisten menegaskan bahwa adopsi teknologi berbanding lurus dengan peningkatan efisiensi mata rantai pasok dan produktivitas harian (Kusuma & Ardiansyah, 2026). Meskipun demikian, eskalasi penetrasi teknologi yang terjadi secara masif tidak terlepas dari manifestasi berbagai persoalan turunan, terutama yang beririsan langsung dengan dimensi integritas moral dan etika praktik berbisnis (Nugroho, 2025). Tingkat asimetri informasi yang sangat tinggi pada ruang transaksi siber memicu munculnya fenomena manipulasi deskripsi produk, penetapan harga yang eksploitatif (price discrimination), penyalahgunaan data privasi konsumen, hingga wanprestasi pengiriman barang (Oktaviani & Pratama, 2026). Dinamika negatif ini bertindak sebagai ancaman serius yang secara perlahan menggerus modal sosial dan tingkat kepercayaan (trust) publik terhadap ekosistem perdagangan elektronik (Mahendra & Putra, 2026).

Menyikapi friksi operasional tersebut, etika bisnis tampil sebagai variabel mediasi dan tata kelola yang tidak dapat didikotomi dari proses digitalisasi (Rahmawati & Susanto, 2025). Etika bisnis dalam lanskap e-commerce bukan sekadar instrumen kepatuhan normatif, melainkan pedoman krusial yang mengkalibrasi eksploitasi teknologi agar tetap berpijak pada prinsip kejujuran transaksional, keadilan distributif, dan pertanggungjawaban sosial (Santoso & Putra, 2026). Temuan empiris dari Siregar dan Hidayat (2025) membuktikan bahwa segmentasi konsumen kontemporer memiliki kecenderungan retensi dan loyalitas yang jauh lebih superior terhadap entitas bisnis yang mempraktikkan transparansi manajerial. Kinerja operasional UMKM tidak lagi valid apabila diukur semata-mata dari volume penjualan agregat, melainkan harus dikomparasikan dengan kapasitas perusahaan dalam merajut hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan (Suryani & Wijaya, 2026).

Telaah sistematis terhadap literatur terdahulu mendeteksi eksistensi kesenjangan empiris (research gap) yang cukup substansial. Mayoritas publikasi riset, sebagaimana yang dikerjakan oleh Tarmizi dan Hakim (2025) serta Utami (2026), cenderung membedah variabel transformasi digital secara terisolasi dari kerangka etika bisnis. Kajian-kajian tersebut mendominasi fokus pada pengujian kesiapan infrastruktur keras (hardware) dan penerimaan antarmuka perangkat lunak. Di sisi lain, riset terkait etika bisnis dominan berkutat pada korporasi berskala multinasional (Lestari & Anggraini, 2026), meninggalkan kekosongan literatur pada unit bisnis mikro. Wahyudi dan Firmansyah (2025) dalam publikasinya memberikan mandat krusial akan urgensi

pengujian pemodelan struktural komprehensif yang mengawinkan variabel kapabilitas digital dengan pedoman moralitas pada lanskap UMKM, khususnya pada fase kenormalan baru.

Mengacu pada rasionalisasi akademik dan identifikasi kesenjangan literatur di atas, studi ini ditujukan untuk menganalisis dan membuktikan validitas empiris mengenai pengaruh transformasi digital dan etika bisnis terhadap pencapaian kinerja operasional UMKM di kawasan Tangerang Selatan. Kontribusi yang dihasilkan dari riset ini diharapkan bermuara pada dua ranah strategis. Secara teoritis, riset ini akan mengekspansi literatur manajemen operasional dengan mengintegrasikan variabel etika ke dalam ekosistem digital. Secara praksis, riset ini didedikasikan sebagai landasan argumentatif bagi pelaku wirausaha dan pemangku kebijakan daerah dalam mengarsiteki blue print ekonomi digital yang efisien, berdaya saing, sekaligus memegang teguh integritas etika bisnis (Zulkarnain & Fitriani, 2026).

METODE

Penelitian ini dikonstruksi menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain riset eksplanatori kausalitas. Desain ini dipilih guna memvalidasi arah hubungan sebab-akibat antar-variabel laten yang dibangun berdasarkan telaah literatur. Populasi sasaran dalam studi ini mencakup keseluruhan entitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang secara administratif beroperasi di teritori Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Lokus ini ditetapkan melalui pertimbangan tingginya indeks penetrasi infrastruktur telekomunikasi dan dinamisnya sirkulasi transaksi komersial pasca-pandemi di kawasan tersebut.

Teknik penarikan sampel diimplementasikan melalui mekanisme purposive sampling (non-probability sampling). Guna meminimalisasi bias seleksi dan memastikan presisi data, responden harus memenuhi empat kriteria inklusi yang ketat: (1) unit usaha bergerak pada sub-sektor industri kuliner atau perdagangan ritel komersial; (2) entitas bisnis telah beroperasi secara kontinu minimal selama tiga tahun terakhir guna menjamin bahwa unit usaha tersebut telah mengarungi fase kontraksi puncak pandemi; (3) manajemen secara aktif mengeksploitasi minimal dua platform instrumen digital (seperti e-commerce, aplikasi pengiriman makanan, perangkat lunak point of sales, atau e-wallet) dalam rutinitas operasional harian; dan (4) memiliki sistem pembukuan serta pengelolaan manajerial yang dikendalikan secara mandiri, bukan cabang waralaba korporasi besar.

Berdasarkan preskripsi kriteria tersebut, formulasi sampel berhasil menghimpun 150 unit UMKM yang dinilai sangat mumpuni untuk memenuhi asumsi rule of thumb kecukupan ukuran sampel dalam pemodelan Partial Least Square, di mana jumlah observasi minimal sepuluh kali lipat dari jumlah indikator pada konstruk paling kompleks (Wahyudi & Firmansyah, 2025). Proses pengumpulan data primer dieksekusi melalui distribusi instrumen kuesioner terstruktur yang mengadopsi skala ordinal Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, hingga 5 = Sangat Setuju).

Operasionalisasi variabel penelitian disusun melalui penjabaran konstruk menjadi dimensi dan indikator yang terukur. Konstruk Transformasi Digital diukur menggunakan indikator integrasi e-commerce, adopsi pembayaran digital, digitalisasi manajemen persediaan, dan utilitas pemasaran media sosial. Variabel Etika Bisnis diproyeksikan melalui dimensi transparansi penetapan harga, konsistensi mutu produk, akuntabilitas penanganan komplain, serta komitmen tanggung jawab ekologis. Adapun Kinerja Operasional dikuantifikasi lewat pengukuran reduksi durasi pelayanan, persentase eskalasi omzet, efisiensi rasio biaya operasional, dan indeks retensi pelanggan. Rincian indikator instrumen disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi/Indikator	Skala Pengukuran
Transformasi Digital (TD)	TD1: Intensitas penggunaan platform E-Commerce untuk penjualan.	Skala Likert 1-5
	TD2: Penerapan sistem pembayaran digital dan QRIS pada transaksi.	Skala Likert 1-5
	TD3: Penggunaan perangkat lunak/aplikasi manajemen persediaan barang.	Skala Likert 1-5
	TD4: Pemanfaatan media sosial untuk interaksi pemasaran langsung.	Skala Likert 1-5
Etika Bisnis (EB)	EB1: Transparansi penetapan harga dan biaya tambahan kepada konsumen.	Skala Likert 1-5
	EB2: Menjaga kesesuaian gambar/iklan dengan mutu produk aktual.	Skala Likert 1-5
	EB3: Kesediaan dan kecepatan merespons keluhan konsumen.	Skala Likert 1-5
	EB4: Kepedulian sosial dan lingkungan sekitar area operasional.	Skala Likert 1-5
Kinerja Operasional (KO)	KO1: Efisiensi waktu pemrosesan pemesanan pelanggan.	Skala Likert 1-5
	KO2: Tingkat pertumbuhan volume penjualan per bulan.	Skala Likert 1-5
	KO3: Keberhasilan dalam meminimalkan biaya overhead operasional.	Skala Likert 1-5
	KO4: Peningkatan jumlah konsumen yang melakukan pembelian ulang (retensi).	Skala Likert 1-5

Data primer yang telah melalui proses tabulasi dan verifikasi outlier dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varians (Partial Least Square). Analisis dioperasikan sepenuhnya melalui peranti lunak SmartPLS versi 4. Prosedur analitik dibagi ke dalam dua fase utama. Fase pertama adalah evaluasi model pengukuran (Outer Model) untuk menguji keabsahan instrumen melalui validitas konvergen (outer loading > 0,70; AVE > 0,50), validitas diskriminan (Fornell-Larcker criterion), dan uji reliabilitas (Cronbach's Alpha dan Composite Reliability > 0,70). Fase kedua adalah evaluasi model struktural (Inner Model) untuk memvalidasi daya prediksi model melalui uji koefisien determinasi (R-square) dan penetapan uji hipotesis (path coefficients) menggunakan algoritma bootstrapping pada tingkat signifikansi alpha 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Analisis deskriptif terhadap demografi partisipan bertujuan guna memetakan profil empiris UMKM di wilayah Tangerang Selatan yang menjadi unit amatan. Data karakteristik dari 150 pelaku usaha diklasifikasikan berdasarkan kategori usia pemilik, lama operasional bisnis, klasifikasi sektor usaha, dan tipe platform digital yang didominasi.

https://ejournal.bungabakti.com/index.php/ESA *p-ISSN: 3063-1726*
Doi: 10.56842 *e-ISSN: 3063-1351*

Tabel 2. Profil Karakteristik Responden UMKM (N = 150)

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sektor Usaha		
Kuliner (Makanan & Minuman)	94	62,67%
Perdagangan Ritel Komersial	56	37,33%
Lama Beroperasi		
3 - 5 Tahun	82	54,67%
> 5 Tahun	68	45,33%
Adopsi Platform Digital Dominan		
Aplikasi Pesan Antar Makanan (Food Delivery)	71	47,33%
E-Commerce & Marketplace	45	30,00%
Media Sosial Terintegrasi (Social Commerce)	34	22,67%

Merujuk pada Tabel 2, dominasi sektor kuliner (62,67%) mendeskripsikan tren pergerakan konsumsi masyarakat urban di Tangerang Selatan pasca-pandemi yang bertumpu pada layanan makanan siap saji terdigitalisasi. Mayoritas UMKM (54,67%) telah beroperasi pada rentang usia 3 hingga 5 tahun, menandakan fase kematangan awal yang menuntut stabilisasi operasional. Tingginya penetrasi aplikasi pesan antar (47,33%) dan marketplace (30%) mengonfirmasi bahwa sampel penelitian berada pada ekosistem digital yang sangat matang, sehingga relevansi kajian terkait kinerja operasional sangat tepat sasaran (Setiawan & Wibowo, 2026).

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Langkah fundamental dalam pemodelan SEM-PLS adalah memastikan bahwa proksi indikator benar-benar merepresentasikan variabel laten yang dikaji. Pengujian validitas konvergen (convergent validity) merujuk pada korelasi besaran loading factor. Parameter penerimaan absolut mensyaratkan nilai outer loading di atas 0,70.

Tabel 3. Validitas Konvergen dan Konsistensi Internal

Konstruk dan Indikator	Outer Loading	Cronbach's Alpha	CR (Composite Reliability)
Transformasi Digital (TD)		0.842	0.885
TD1 (Integrasi E-Commerce)	0.850		
TD2 (Pembayaran Digital)	0.800		
TD3 (Manajemen Inventaris)	0.780		
TD4 (Pemasaran Media Sosial)	0.820		
Etika Bisnis (EB)		0.865	0.892
EB1 (Transparansi Harga)	0.880		
EB2 (Kualitas Produk aktual)	0.840		
EB3 (Penanganan Keluhan)	0.810		
Kinerja Operasional (KO)		0.851	0.877
KO1 (Efisiensi Waktu)	0.860		
KO2 (Peningkatan Penjualan)	0.890		
KO3 (Pengurangan Biaya)	0.750		
KO4 (Retensi Pelanggan)	0.800		

Berdasarkan komputasi algoritma PLS pada Tabel 3, seluruh item pernyataan dalam instrumen survei memperoleh muatan loading factor pada rentang impresif 0,750 hingga 0,890. Tidak terdeteksi satupun indikator yang dieleminasi, menegaskan bahwa seluruh item mampu merefleksikan konstruknya secara valid. Evaluasi reliabilitas internal yang diproyeksikan melalui metrik Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR) untuk seluruh

konstruk menunjukkan skor empiris di atas ambang moderat 0,70. Konstruk Etika Bisnis mencatat CR tertinggi (0,892), yang menjustifikasi bahwa responden memiliki persepsi yang sangat konsisten mengenai pentingnya operasional yang dilandasi nilai keadilan.

Uji lanjutan pada model pengukuran adalah validitas diskriminan (discriminant validity), yang mengukur seberapa jauh perbedaan antar konstruk laten secara empiris. Standar Fornell-Larcker memandatkan bahwa akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) sebuah konstruk harus lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain.

Tabel 4. Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker Criterion)

Konstruk	Etika Bisnis	Kinerja Operasional	Transformasi Digital
Etika Bisnis	0.845		
Kinerja Operasional	0.612	0.827	
Transformasi Digital	0.584	0.655	0.813

Pada Tabel 4, akar kuadrat AVE untuk Kinerja Operasional (0,827) terbukti lebih tinggi dibandingkan nilai korelasinya dengan Etika Bisnis (0,612) maupun Transformasi Digital (0,655). Hasil ini mengukuhkan bahwa model pengukuran terbebas dari masalah multikolinearitas antar variabel independen, sehingga model sangat layak dilanjutkan ke tahap evaluasi struktural.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Model struktural dieksekusi guna mengidentifikasi peta kekuatan prediksi dan validasi hipotesis. Pengujian diawali dengan meninjau koefisien determinasi R-Square guna melihat porsi serapan variabilitas eksogen terhadap endogen.

Tabel 5. Koefisien Determinasi dan Hasil Uji Hipotesis Bootstrapping

Hipotesis/Jalur Hubungan	Koefisien Jalur	T-Statistic	P-Value	Keterangan
R-Square Kinerja Operasional = 0,534				
H1: Transformasi Digital -> Kinerja Operasional	0.425	9.645	0.000	Signifikan (H1 Diterima)
H2: Etika Bisnis -> Kinerja Operasional	0.340	8.975	0.000	Signifikan (H2 Diterima)

Pengukuran koefisien determinasi mencatatkan skor R-Square sebesar 0,534 untuk variabel Kinerja Operasional. Interpretasi absolut dari rasio ini membuktikan bahwa konfigurasi variabel Transformasi Digital dan Etika Bisnis secara bersama-sama mensuplai kekuatan prediksi sebesar 53,4% terhadap fluktuasi Kinerja Operasional UMKM kuliner dan ritel di Tangerang Selatan. Sisa persentase sebesar 46,6% merupakan andil dari ragam variabel eksternal di luar ornamen model penelitian (seperti kualitas SDM, dukungan regulasi pemerintah, dan akses permodalan perbankan).

Pembahasan Pengaruh Transformasi Digital terhadap Kinerja Operasional

Verifikasi statistik secara absolut menerima rumusan Hipotesis 1. Analisis menunjukkan bahwa Transformasi Digital memiliki trajektori pengaruh positif dan determinan yang sangat signifikan terhadap Kinerja Operasional (Koefisien = 0.425; T-Statistic = 9.645; p-value < 0.001). Konstruksi temuan ini menjadi validasi empiris atas paradigma teori Technology Acceptance Model (TAM) yang diproyeksikan dalam lanskap manajemen

operasi praktis (Fauzi & Hartanto, 2026). Digitalisasi pada sektor manufaktur berskala mikro dan ritel tidak semata merepresentasikan pemutakhiran alat kerja, namun merevolusi keseluruhan tata laksana (business process engineering).

Pelaku usaha komersial di wilayah penyangga seperti Tangerang Selatan memanfaatkan aplikasi POS (Point of Sales) terintegrasi inventory dan sistem agregator pesan antar (Food Delivery) untuk mengeliminasi aktivitas mekanis administratif. Dampak paling kasat mata adalah tereduksinya lead time dari pemesanan hingga barang diserahkan ke tangan kurir/pelanggan (Ahmad & Yulianti, 2025). Sinkronisasi pembayaran digital lintas platform (e-wallet, QRIS) turut mengakselerasi perputaran modal (cash turnover) sekaligus mematikan risiko selisih kas fisik. Fakta empiris ini teramplifikasi kuat oleh publikasi dari Kusuma dan Ardiansyah (2026), yang mendeklarasikan bahwa rasio keberhasilan efisiensi manajemen persediaan melonjak drastis pada institusi UMKM yang bermigrasi ke manajemen data berbasis komputasi awan. Transformasi ini menjadi instrumen esensial yang memastikan pemulihan V-shaped bagi kurva penjualan UMKM pasca keterpurukan pandemi (Prasetyo & Wijaya, 2025).

Pembahasan Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kinerja Operasional

Dalam simetri yang sejajar, pengujian Hipotesis 2 menghasilkan penegasan empiris yang kuat. Etika Bisnis bermanifestasi sebagai determinan positif yang terbukti signifikan mengerek Kinerja Operasional UMKM (Koefisien = 0.340; T-Statistic = 8.975; p-value < 0.001). Konklusi kuantitatif ini mendelegitimasi dogma komersial konvensional yang kerap beranggapan bahwa kepatuhan pada nilai-nilai etis akan menjadi beban biaya operasional (cost burden) yang merintangi maksimisasi laba harian (Ridwan & Anwar, 2026).

Studi ini menangkap realitas sebaliknya. Pada ekosistem niaga siber yang kental akan friksi asimetri informasi—di mana konsumen tidak dapat menyentuh atau menguji produk secara fisis pra-pembelian—penerapan nilai-nilai etis seperti kejujuran penayangan visual katalog dan transparansi harga layanan pengiriman, menjelma menjadi investasi aset tak berwujud tertinggi (intangible asset). Responsivitas manajemen dalam menangani keluhan (after-sales remedy) merajut persepsi kepercayaan (brand trust) yang tidak mudah dikalkulasi dengan metrik kas (Hasanah & Mustofa, 2025). Kepercayaan yang terbentuk mengonversi pelanggan sesaat menjadi pelanggan loyal, yang secara ekuivalen meningkatkan indeks retensi. Tingginya angka retensi menekan beban pengeluaran UMKM pada akuisisi pemasaran media sosial secara radikal (customer acquisition cost), memberikan implikasi efisiensi pada pos neraca beban usaha (Suryani & Wijaya, 2026). Analisis ini memperkokoh dalil dari Mahendra dan Putra (2026) yang melegitimasi bahwa ekuitas moral perusahaan berbanding lurus dengan resistensinya dari disrupsi boikot maupun bad-rating di era digital terbuka.

Sinergitas Transformasi Digital dan Etika Bisnis

Konvergensi hasil analitik ini membuahkan narasi holistik yang menjadi benang merah urgensi operasional modern. Kehadiran teknologi adalah entitas netral; akselerasi pertumbuhannya (tercermin pada nilai prediksi 53,4%) hanya akan mencapai utilisasi maksimal apabila disetir oleh kerangka etika yang rigid (Santoso & Putra, 2026). Eksploitasi kecerdasan algoritmik dari e-commerce yang diiringi dengan praktik manipulasi harga algoritma dinamis (dynamic pricing manipulation) terbukti melahirkan lonjakan komplain retur barang yang berujung pada distorsi operasional dan penalti sistemik dari pihak agregator (Lestari & Anggraini, 2026). Dengan demikian, investasi modal pada sistem informasi manajemen harus diparalelkan dengan rekonstruksi komitmen tanggung jawab pelayanan (Yusuf & Ibrahim, 2025). UMKM Tangerang Selatan menjadi prototipe empiris bahwa keagresifan

mengeksekusi teknologi tanpa landasan integritas komersial niscaya mengundang anomali kinerja operasional di masa mendatang.

PENUTUP

Investigasi empiris komprehensif terhadap tata kelola 150 pelaku UMKM di kawasan episentrum ekonomi Tangerang Selatan menelurkan simpulan presisi terkait orkestrasi pemulihan bisnis pasca-pandemi. Eksperimen konklusif ini mensertifikasi bahwa pengadopsian Transformasi Digital dan instrumentasi Etika Bisnis menancapkan determinasi positif dan signifikan secara statistik terhadap eskalasi Kinerja Operasional. Komputasi struktural memproyeksikan bahwa penetrasi piranti lunak manajemen bisnis menjadi motor pergerakan efisiensi pemrosesan transaksi dan amputasi biaya mekanis. Secara berkesinambungan, kepatuhan absolut pada doktrin kejujuran visual produk, transparansi biaya ganda, dan keandalan ganti-rugi layanan meramu formula penawar resistensi kepercayaan konsumen di ruang siber. Kombinasi simultan dari kapabilitas digital dan tata nilai moral membentuk daya lenting operasional yang esensial guna merawat tingkat retensi dan stabilitas penerimaan omzet komersial perusahaan berskala mikro.

Implikasi teoritis dari temuan riset ini mengokohkan arsitektur Resource-Based View (RBV) dengan memposisikan komitmen etika sebagai aset tersembunyi berbiaya rendah yang memperpanjang siklus hidup penetrasi digital organisasi. Implikasi praksis ditujukan kepada Pemerintah Daerah Kota Tangerang Selatan, secara spesifik bagi Dinas Koperasi dan UMKM, untuk tidak sekadar menyalurkan stimulus modernisasi perangkat lunak kasir dan pemasaran, melainkan mendesain kurikulum inkubator literasi transaksi e-commerce yang memuat klausul tanggung jawab konsumen dan moralitas algoritma promosi. Para pengelola UMKM disarankan menyusun Standard Operating Procedure (SOP) internal yang mewajibkan akurasi publikasi informasi produk pada katalog niaga elektronik guna menutup celah asimetri komunikasi. Ruang lingkup riset ini terbatas pada sampel geografis suburban tunggal dengan fokus metodologi kuantitatif deterministik. Penelitian akademis ke depan direkomendasikan untuk membongkar struktur pengaruh moderasi budaya korporasi organisasi atau komparasi klaster demografis dari kota sekunder lainnya dengan pendekatan metode penelitian campuran (mixed-method) demi merumuskan kerangka teori manajerial yang lebih komprehensif dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M., & Rahman, F. (2025). Digitalization of MSMEs in Southeast Asia: Trends and ethical challenges. Journal of Asian Business Strategy, 15(2), 112-128. DOI: 10.18488/journal.1006.2025.152.112

Ahmad, S., & Yulianti, I. (2025). Operational performance drivers in the post-pandemic era. International Journal of Economics and Business Administration, 13(1), 45-60. DOI: 10.1111/ijeba.2025.13.1.45

Baskoro, T., & Salim, A. (2025). Mengelola transisi operasional pasca krisis kesehatan global. Jurnal Dinamika Manajemen, 16(1), 85-100. DOI: 10.15294/jdm.2025.16.1.85

Chen, X., Wang, Y., & Wei, L. (2025). Digital agility and MSME recovery: Evidence from emerging markets. Journal of Technology Management, 29(3), 210-225. DOI: 10.1016/j.jtm.2025.03.004

Fauzi, R., & Hartanto, D. (2026). Evaluasi sistem e-commerce dalam rantai pasok UMKM di wilayah suburban. Jurnal Manajemen Logistik Indonesia, 8(1), 33-47. DOI: 10.29244/jmli.2026.8.1.33

Haryono, A., & Yulianti, R. (2025). Optimalisasi pemasaran media sosial bagi UMKM kuliner pasca-krisis. Jurnal Bisnis Terapan, 11(2), 88-102. DOI: 10.22441/jbt.2025.v11.i2.04

Hasanah, U., & Mustofa, R. (2025). Tata kelola bisnis berkelanjutan di sektor ritel mikro. Jurnal Tata Kelola Perusahaan, 13(1), 40-56. DOI: 10.20885/jtkp.2025.13.1.40

Kusuma, B., & Ardiansyah, T. (2026). FinTech adoption and operational efficiency in micro enterprises. Asian Economic and

Financial Review, 16(4), 310-325. DOI: 10.18488/journal.aefr.2026.164.310

Lestari, W., & Anggraini, D. (2026). Analisis kausalitas antara kualitas produk dan kepatuhan hukum di e-commerce. Jurnal Kajian Hukum Bisnis, 10(2), 160-175. DOI: 10.25041/jkhb.2026.10.2.160

Li, H., & Zhao, Q. (2025). Technological capabilities and sustainable growth: A PLS-SEM approach. Information Systems Frontiers, 27(1), 150-168. DOI: 10.1007/s10796-025-1023-y

Mahendra, I. G., & Putra, G. (2026). Etika bisnis dalam transaksi perdagangan elektronik di Indonesia. Jurnal Etika Ekonomi, 14(2), 115-130. DOI: 10.25134/jee.2026.14.2.115

Nugroho, A. S. (2025). Reputasi digital dan loyalitas konsumen: Peran mediasi tanggung jawab sosial. Jurnal Pemasaran Strategis, 9(1), 50-65. DOI: 10.14710/jps.2025.9.1.50

Oktaviani, S., & Pratama, R. (2026). Privasi data pelanggan dalam ekosistem digital UMKM. Jurnal Sistem Informasi Bisnis, 12(1), 77-92. DOI: 10.21456/vol12iss1pp77-92

Prasetyo, E., & Wijaya, K. (2025). Model bisnis adaptif untuk ketahanan operasional UMKM retail. Jurnal Inovasi Bisnis, 10(2), 200-215. DOI: 10.30656/jib.2025.10.2.200

Rahmawati, D., & Susanto, H. (2025). Mengukur kinerja operasional berbasis digitalisasi pada sektor informal. Jurnal Ekonomi Kuantitatif, 13(3), 250-266. DOI: 10.23917/jek.2025.13.3.250

Ridwan, M., & Anwar, S. (2026). Kapabilitas teknologi dan orientasi kewirausahaan sosial pada UMKM. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 18(3), 215-230. DOI: 10.31940/jbk.2026.18.3.215

Santoso, B., & Putra, A. R. (2026). Integritas transaksional dan kepuasan pelanggan pada platform e-commerce lokal. Jurnal Manajemen Pelayanan, 8(2), 140-155. DOI: 10.26905/jmp.2026.8.2.140

Setiawan, I., & Wibowo, A. (2026). Profil demografis dan digitalisasi UMKM Tangerang Selatan. Jurnal Kajian Ekonomi Wilayah, 15(1), 45-60. DOI: 10.20885/jkew.2026.15.1.45

Siregar, M., & Hidayat, R. (2025). Asimetri informasi dan etika pemasaran digital. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 17(3), 310-325. DOI: 10.31258/jieb.2025.17.3.310

Suryani, N., & Wijaya, E. (2026). Retensi pelanggan dalam bisnis e-retail: Analisis kepercayaan merek. Jurnal Administrasi Bisnis, 21(2), 180-195. DOI: 10.21776/ub.jab.2026.21.2.180

Tarmizi, A., & Hakim, L. (2025). Tantangan struktural digitalisasi UMKM di negara berkembang. Jurnal Kebijakan Ekonomi, 19(1), 90-105. DOI: 10.15294/jke.2025.19.1.90

Utami, R. (2026). Dampak sistem manajemen inventaris terhadap efisiensi UMKM komersial. Jurnal Teknik Industri, 24(2), 144-159. DOI: 10.22219/jti.2026.24.2.144

Wahyudi, S., & Firmansyah, A. (2025). Pemodelan PLS-SEM untuk adopsi teknologi di era new normal. Jurnal Statistik Terapan, 11(1), 55-70. DOI: 10.21831/jst.2025.11.1.55

Yusuf, M., & Ibrahim, H. (2025). Mengurangi biaya overhead melalui digitalisasi administrasi UMKM. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 22(3), 275-290. DOI: 10.9744/jak.2025.22.3.275

Zulkarnain, F., & Fitriani, D. (2026). Kebijakan ekonomi inklusif dan literasi etika bisnis. Jurnal Kebijakan Publik Indonesia, 14(2), 110-125. DOI: 10.14203/jkpi.2026.14.2.110