
Kajian Evaluatif Penerapan Etika Bisnis UMKM di Labuan Bajo

Hersanius Kurnia Peong¹, Laurensius Sandrio²

¹DIII Teknologi Informasi, Politeknik Elbajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis : Hersanius Kurnia Peong

E-mail : ecanpoltek@gmail.com

Diterima : 08 September 2023

Direvisi : 23 Oktober 2023

Diterbitkan : 31 Oktober 2023

Abstract

This study aims to examine the business ethics practices of several types of MSMEs in Labuan Bajo, a super-priority tourism destination in Indonesia. The tourism sector has become one of the main business cores in many regions that play an important role in supporting local economic growth, cultural preservation, and unique tourism experiences. However, the main challenge faced by MSMEs is the implementation of ethical business to support the sustainability of tourism destinations. The research method uses a qualitative approach with a positivism paradigm. Research data were obtained through interviews and observations of several different types of MSMEs in Labuan Bajo. Data analysis was conducted using qualitative research steps such as identification, categorization, codification, reduction, pattern mapping, and synthesis. The results showed that most MSMEs have attempted to apply the principles of business ethics in business activities. This is the basis for maintaining consumer trust, improving product and service quality, and ensuring long-term business sustainability. However, there are constraints in the use of information technology and attention to environmental and social aspects. The research is expected to provide valuable input for MSMEs, government, and related stakeholders in an effort to maintain the sustainability of priority tourism in Labuan Bajo. By improving business ethics practices, MSMEs can play a more active role in supporting tourism sustainability.

keywords: Business ethics, DPSP, MSMEs, Information Technology

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik etika bisnis beberapa jenis UMKM di Labuan Bajo, sebuah destinasi pariwisata super prioritas di Indonesia. Sektor pariwisata telah menjadi salah satu inti bisnis utama di banyak daerah yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, pelestarian budaya, dan pengalaman wisata yang unik. Namun, tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah implementasi bisnis yang beretika untuk mendukung keberlanjutan destinasi pariwisata. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma positivisme. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap beberapa jenis UMKM yang berbeda di Labuan Bajo. Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah penelitian kualitatif seperti identifikasi, kategorisasi, kodifikasi, reduksi, pemetaan pola, dan sintesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM telah berupaya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam aktivitas bisnis. Hal ini menjadi dasar dalam menjaga kepercayaan konsumen, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Namun, terdapat kendala dalam penggunaan teknologi informasi dan perhatian terhadap aspek lingkungan dan sosial. Penelitian diharapkan memberikan masukan berharga bagi UMKM, pemerintah, dan stakeholder terkait dalam upaya menjaga keberlanjutan pariwisata prioritas di Labuan Bajo. Dengan meningkatkan praktik etika bisnis, UMKM dapat berperan lebih aktif dalam mendukung pembangunan berkelanjutan, melestarikan budaya lokal, dan memberikan pengalaman wisata yang unik bagi para wisatawan.

kata kunci: Etika bisnis, DPSP, UMKM

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, sumbangsi sektor pariwisata telah meningkat pesat dan telah menjadi salah satu *core business* utama di berbagai Daerah. Fenomena tersebut menjadi peluang baru dan potensial bagi aktivitas bisnis masyarakat khususnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) untuk dapat memberikan kontribusi maksimal dalam industri pariwisata yang telah diprioritaskan Pemerintah. UMKM memiliki urgenitas penting dan signifikan dalam perbaikan perekonomian lokal, penciptaan lapangan kerja baru, dan sebagai tameng dalam menjaga keanekaragaman budaya serta lingkungan di destinasi pariwisata.

Salah satu tantangan utama penyelenggaraan UMKM di daerah destinasi pariwisata adalah kualitas sosial UMKM dalam bentuk implementasi bisnis yang beretika sesuai dengan norma moral untuk keberlanjutan destinasi wisata tersebut. Namun, dalam implementasi praktisnya hal ini seringkali kurang mendapatkan perhatian serius dari pelaku UMKM. Padahal secara substansial, kualitas sosial dalam bentuk bisnis yang beretika melibatkan prinsip-prinsip moral dan tanggung jawab yang harus diintegrasikan dalam kegiatan operasional bisnis. Dalam rangka optimalisasi destinasi pariwisata premium yang ditetapkan Pemerintah, hal ini harus menjadi sebuah keutamaan sehingga dapat memberikan pengalaman yang unik bagi para wisatawan. Penyelenggaraan bisnis UMKM yang beretika dapat berdampak signifikan bagi peningkatan reputasi bisnis dan keberlanjutan industri pariwisata. Melihat beberapa konteks permasalahan tersebut, maka evaluasi terhadap penerapan bisnis yang beretika perlu mendapatkan perhatian khusus dalam konteks pariwisata premium.

Indonesia, dengan kekayaan alamnya yang tak tertandingi, telah berkembang menjadi destinasi wisata terkemuka di dunia. Salah satu permata tersembunyi adalah Labuan Bajo, yang telah menjelma menjadi destinasi super premium yang Tengah diminati oleh wisatawan internasional. Melihat perkembangan pariwisata Labuan Bajo, maka eksistensi dan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin penting dalam mendukung perkembangan pariwisata dan ekonomi lokal. UMKM memiliki potensi untuk menciptakan dampak positif yang besar dalam menciptakan lapangan kerja, melestarikan budaya lokal, dan mempromosikan pengalaman wisata yang unik. Hal ini menjadi sebuah tantangan bagi para pelaku bisnis pariwisata, dimana harus memastikan bahwa bisnis yang dijalankan telah mematuhi prinsip-prinsip etika dan tanggung jawab sosial, budaya, dan lingkungan.

Berdasarkan observasi peneliti, penelitian ilmiah maupun praktis yang komprehensif terkait penyelenggaraan bisnis yang beretika di Labuan Bajo masih tergolong minim. Penelitian yang ada cenderung terbatas dan fragmentaris, tidak memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana UMKM mengatasi tantangan etika bisnis dalam upaya mereka untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.

Penelitian ini memberikan gambaran yang cukup komprehensif terkait praktik etika bisnis dari beberapa UMKM lintas sektor di Labuan Bajo. Peneliti menelaah beberapa praktik etika bisnis yang dilakukan oleh UMKM seperti *Mugen ramen dan Grill Restaurant*, restoran ikan goreng cianjur, Peternakan Ayam Broiler, Kain tenun songke Manggarai, Sari Toga Komodo, *coffee shop G20*, Noa Bike dan rumah makan *blue corner*. Esensi penelitian ini adalah kajian evaluatif terhadap implementasi implementasi praktik etika bisnis yang ada, mengidentifikasi kendala yang mungkin dihadapi, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong keberhasilan dalam penerapan etika bisnis.

Evaluasi terhadap beberapa praktik etika bisnis beberapa jenis UMKM tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang praktik etika bisnis dalam konteks pariwisata super premium. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan masukan berharga bagi UMKM, pemerintah, dan *stakeholder* terkait dalam upaya menjaga keberlanjutan pariwisata Labuan Bajo yang berkualitas tinggi. Sebagai destinasi super premium yang semakin berkembang, Labuan Bajo menghadapi tantangan dan peluang yang unik terkait penerapan etika bisnis di kalangan UMKM. Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika ini dan mendorong UMKM untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis dalam praktik operasional mereka. Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya akan meningkatkan kualitas bisnis UMKM di Labuan Bajo, tetapi juga akan memberikan panduan berharga untuk menjaga keberlanjutan pariwisata premium serta memberikan manfaat yang lebih luas bagi Masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Labuan Bajo sebagai Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP)

Destinasi Pariwisata Super Prioritas merupakan program Pemerintah Indonesia untuk mengidentifikasi dan mengembangkan destinasi wisata prioritas dengan potensi unggul untuk mendukung industri pariwisata Nasional. Dalam hal ini, potensi destinasi wisata tersebut mendatangkan banyak wisatawan, meningkatkan nilai investasi, berkontribusi dalam nilai ekonomi bagi Pemerintah dan Masyarakat lokal. Oleh karena itu, Pemerintah berfokus pada peningkatan kualitas destinasi wisata prioritas yang ditetapkan oleh Kemenparekraf. Terdapat beberapa orientasi Pemerintah dalam meningkatkan kualitas destinasi super prioritas yaitu kualitas infrastruktur, jaringan telekomunikasi, produk UMKM, dan kapasitas SDM *hospitality* yang unggul dan berdaya saing (Kemenparekraf, 2022).

Secara umum kunjungan wisatawan ke Indonesia sudah mencapai angka yang signifikan. Berdasarkan data dari BPS tahun 2023, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 3.172.931 kunjungan dari berbagai Negara. Salah satu sumbangan jumlah kunjungannya yaitu Destinasi Super Prioritas Labuan Bajo. Dalam mempersiapkan tantangan besar tersebut, Pemerintah Manggarai Barat mempersiapkan segala bidang untuk dapat bertransformasi dalam berbagai bidang seperti penataan kawasan, infrastruktur, SDM dan UMKM, penanganan sampah, ketersediaan air baku, keamanan, dan promosi terintegrasi (Humas Sekretariat Kabinet RI, 2022). Kolaborasi Pentathelix yang dioptimalkan Pemerintah melibatkan banyak komunitas bisnis termasuk UMKM yang menjadi salah satu pilar utama Pembangunan daerah.

Etika Bisnis UMKM

Dalam mendukung pencapaian destinasi pariwisata super prioritas, Labuan Bajo harus memperhatikan berbagai aspek yang mendukung kualitas destinasi berkelanjutan. Salah satunya adalah penerapan bisnis yang beretika oleh berbagai stakeholder pariwisata. Bisnis yang beretika mengarah pada penerapan kegiatan bisnis yang baik oleh seluruh kalangan seperti individu, perusahaan, dan Masyarakat (Echdar dan Maryadi, 2019:22). Bisnis pariwisata yang menerapkan etika bisnis yang berkualitas akan terhindar dari berbagai hambatan dan kecurangan dalam berbagai aspek (Aviatri dan Nilasari, 2021). Dengan demikian akan terwujud konsistensi usaha dari berbagai UMKM untuk mendukung keberlanjutan destinasi. Sebagai parameter penelitian, peneliti menggunakan prinsip Keraf (1998), yaitu sebagai berikut:

Prinsip Otonomi.

Prinsip ini mengarah pada sikap dan kemampuan pengambilan keputusan yang didasari oleh kesadaran yang tinggi tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Dalam hal ini semua keputusan bisnis yang diambil telah mempertimbangkan nilai dan norma moral serta rasa tanggungjawab yang tinggi.

Prinsip Kejujuran (Honesty)

Prinsip ini menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam mempertahankan eksistensi bisnis dalam jangka Panjang. Implementasi prinsip ini penting dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak bisnis, penawaran barang dan jasa, dan hubungan kerja.

Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengarah pada tuntutan agar setiap orang diperlakukan sesuai porsi yang menjadi haknya, sesuai dengan aturan yang adil, dan sesuai dengan kriteria rasional objektif yang dapat dipertanggungjawabkan atau tidak boleh ada pihak yang dirugikan atas hak dan kepentingannya.

Prinsip Saling menguntungkan

Prinsip ini mengarah pada pemerataan terhadap nilai keuntungan yang didapat secara seimbang antara pihak yang terlibat dalam aktivitas UMKM.

Prinsip Integritas Moral

Prinsip ini mengarah pada tuntutan internal pelaku bisnis agar menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baiknya dan nama baik UMKM melalui interaksi yang baik dan positif.

Inklusi digital

Prinsip ini mengarah pada komitmen UMKM untuk memastikan bahwa manfaat teknologi dapat dirasakan oleh semua pihak sambil memastikan bahwa UMKM dapat tetap beroperasi secara adil dan berkelanjutan dalam lingkup ekonomi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat *explanatory research* dengan paradigma positivisme sebagai kerangka berpikir. Melalui penelitian ini, penulis melakukan evaluasi terhadap implementasi prinsip etika bisnis di beberapa UMKM yang diteliti dengan parameter prinsip etika bisnis yang seharusnya diterapkan. Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dari beberapa jenis UMKM dengan jenis usaha yang berbeda. Dalam melakukan analisis data, penulis menerapkan beberapa langkah penelitian kualitatif yaitu identifikasi, kategorisasi, kodifikasi, reduksi, pemetaan pola, dan sintesis dari hasil pelaksanaan rangkaian analisis data.

HASIL DAN DISKUSI

Terdapat beberapa jenis UMKM yang diteliti oleh peneliti untuk menelaah dan mengevaluasi sejauh mana praktik etika bisnis yang dijalankan. Beberapa UMKM tersebut adalah sebagai berikut:

Mugen Ramen & Grill Restaurant

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, UMKM ini merupakan salah satu *startup business* yang menyediakan makanan Jepang. Restoran ini didirikan pada 27

Agustus 2022. Selain menyediakan makan jepang restoran ini juga menyediakan beberapa menu-menu lokal Indonesia. Restoran yang baru berumur 8 bulan ini belum mempunyai manajer untuk mengontrol dan mengatur semua kegiatan restoran akan tetapi diambil alih oleh *Supervisor* untuk memantau dan mengontrol restoran. Untuk pembagian jam kerja karyawan ada dua shift yaitu shift pagi mulai jam 10.00 sampai dengan jam 06.00 sore dan *shift* sore mulai jam 03.00 sampai jam 11.00 malam. Restoran *Mugen Ramen & Grill* ini jumlah karyawan secara keseluruhan ada 12 karyawan yang terdiri dari 5 (lima) orang bagian *bartender*, 2 (dua) orang bagian *waitress*, dan 5 (lima) orang bagian *kitchen*. Pemilik restoran ini melakukan monitoring sekali dalam 1 (satu) bulan.

Secara umum, restoran ini telah berupaya mengimplementasikan prinsip etika bisnis dalam aspek *hospitality*. Dalam menjaga inklusifitas dan kejujuran jangka panjang, UMKM ini berupaya menjaga kualitas makanan dengan melakukan upaya peningkatan keamanan bahan baku agar tidak membahayakan kesehatan konsumen. Sistem order bahan baku yang terukur sesuai dengan statistik tamu menjadi upaya menjaga kepercayaan konsumen akan kualitas makanan yang akan disajikan. Selain itu kepedulian terhadap lingkungan menjadi salah satu langkah yang diterapkan untuk menjaga lingkungan restoran melalui penyediaan tempat sampah, alat penyaringan, dan *Grease trap*. Kualitas layanan yang diberikan menjadi salah satu aspek penting dalam menjaga eksistensi bisnis. Sebagai *Startup*, restoran ini menerapkan system *online guest comment* (kuesioner). Penggunaan teknologi menjadi salah satu aspek penting yang digunakan dalam menjaga keberlanjutan bisnis restoran ini. Hal ini sesuai dengan prinsip etika bisnis yang mengedepankan kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan inklusi teknologi. Penerapan *Online Guest Comment* tersebut dapat meningkatkan *engagement* dari pelanggan dan karyawan.

Dalam menjaga keberlanjutan bisnis, UMKM ini harus secara konsisten menjalankan praktik etika bisnis dalam pelayanan. Hal ini merupakan hal penting mengingat persaingan yang tinggi dalam bisnis kuliner di Labuan Bajo. Selain itu, perhatian terhadap lingkungan sekitar baik alam maupun sosial perlu mendapatkan perhatian lebih.

Ikan Goreng Cianjur

UMKM Ikan Goreng Cianjur yang bertempat di Jl. Trans Flores, Gorontalo, Kecamatan Komodo, Kabupaten, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur. UMKM Kuliner ini berdiri sejak tahun 2018. UMKM ini mempunyai 8 karyawan terdiri dari satu (1) leader, 2 orang bagian *Kitchen*, 3 orang di bagian *waiter/waitres*, 1 orang di bagian bar, dan 1 orang di bagian *steward*. Berdasarkan hasil wawancara, UMKM ini telah menerapkan beberapa esensi prinsip etika bisnis seperti implementasi sistem keterbukaan dalam hal kualitas produk dengan standar yang sesuai dan adanya transparansi dengan karyawan dan pelanggan. Menjaga kepercayaan seluruh stakeholder menjadi orientasi utama dari UMKM ini. Dalam aktivitas bisnisnya UMKM ini masih perlu meningkatkan penggunaan teknologi informasi sebagai salah satu instrumen penting dalam meningkatkan keterbukaan informasi dan kemudahan pelayanan.

Peternakan Ayam Broiler

Pesatnya perkembangan pariwisata di Labuan Bajo menuntut seluruh komponen bekerja keras dalam penyediaan bahan baku sendiri. Salah satunya adalah peternakan ayam Broiler di Labuan Bajo (Cowang dereng), Desa Batu Cermin, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat. Peneliti melakukan *interview* terhadap salah satu dari pada

masyarakat (peternak) yang memiliki peternakan ayam *broiler* secara mandiri dengan populasi sebanyak 2.500 ekor dan menjadikannya sebagai salah satu peternak ayam *broiler* terbesar yang ada di kota Labuan Bajo. Dalam menjaga keberlangsungan UMKM ini, peternak menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis untuk menjaga kualitas produksi ayam *broiler*. Prinsip kejujuran dan saling menguntungkan tetap dijaga agar menghasilkan produk ayam *broiler* berkualitas bagi konsumen. Dalam Upaya untuk meningkatkan marketing, peternak menggunakan media sosial sebagai media promosi agar seluruh informasi terkait produk diketahui oleh konsumen. Sebagai bahan evaluasi, UMKM ini perlu meningkatkan kualitas *hospitality* dalam hal higienitas produk yang ditawarkan kepada konsumen lanjut ataupun para wisatawan yang mempunyai ketertarikan terhadap bahan baku produksi ayam *broiler*.

Kain Tenun Songke

Labuan Bajo sebagai destinasi wisata prioritas membutuhkan beragam produk yang unik bagi para wisatawan. Salah satu UMKM Potensial yang harus dikembangkan adalah produk budaya yaitu Kain tenun Songke Manggarai. Berdasarkan hasil observasi peneliti, pengembangan usaha kain Tenun yang ada di Labuan Bajo masih terbilang Lambat dan mempunyai daya saing yang masih rendah dari industri kerajinan lain karena masyarakat tidak menjadikannya sebagai mata pencarian utama.

Kain Tenun ini merupakan harta warisan yang di turunkan dari nenek moyang masyarakat manggarai yang harus dilestarikan. Setelah Labuan Bajo dinobatkan sebagai destinasi super prioritas, pemasaran kain tenun adat ini meningkat pesat. Akan tetapi, berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, terdapat pelanggaran dalam persaingan harga di pasar terkait produk kain Songke, dimana terdapat beberapa pengrajin yang cenderung memainkan harga di pasar dengan harga dan kualitas produksi yang sama.

Hal tersebut berdampak pada tingkat kepercayaan konsumen. Kain songke merupakan salah satu produk yang mempunyai nilai *prestice* yang tinggi, akan tetapi sekarang ini terdapat perlakuan yang kurang *respect* terhadap aktivitas produksinya, hal ini dapat berdampak pada penurunan kualitas yang sudah lama terjaga. Dalam hal inklusi digital, terdapat banyak media sosial yang dimanfaatkan oleh para pengrajin untuk memasarkan produk ini. Para penjual menampilkan deskripsi terkait nilai kebudayaan local yang tertuang dalam motif kain Songke. Hal ini melanggar prinsip kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas moral. Perhatian yang tinggi terhadap beberapa prinsip tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk budaya kain tenun songke sebagai salah satu asset penting pariwisata Labuan Bajo.

Coffee Shop G20

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, coffee shop G20 telah menerapkan etika bisnis dalam pelayanan (*hospitality*). Prinsip kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan inklusi teknologi diintegrasikan dalam aktivitas pelayanan dari unit usaha ini. Dalam menerapkan inklusivitas pelayanan, UMKM Startup ini mengoptimalkan media sosial Instagram feed dan reels. Dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, pihak kafe menerima keluhan pelanggan melalui *guest comment* secara offline. Hal ini merupakan salah satu perwujudan etika bisnis yang berkelanjutan dalam jenis usaha *hospitality*.

Sari Toga Komodo

UMKM Sari Toga Komodo merupakan usaha bisnis yang di jalankan oleh Bapak Adrianus Taur Bersama Keluarga. UMKM Sari Toga Komodo usaha yang memproduksi dan

menjual Herbal Sari Toga Komodo, usaha ini di dirikan sejak tanggal 6 juni 2021. Dalam mengimplementasikan etika bisnis, UMKM ini memberlakukan system keadilan bagi seluruh karyawan tanpa memandang status. Keterbukaan informasi juga merata bagi seluruh karyawan. Sementara itu, dalam menjaga keberlanjutan bisnis, UMKM ini menjalin hubungan yang baik dengan pelanggSan khususnya dalam pengambilan keputusan bisnis yang tidak memberatkan konsumen dari berbagai aspek seperti harga dan kualitas produk. UMKM ini juga memberikan informasi yang sesuai dengan mencantumkan harga di cover packaging.

Secara terbuka UMKM “Sari Toga Komodo” memberikan informasi terkait kandungan dan manfaat dalam mengonsumsi produk ini. Dan dalam menjalankan usaha ini, perusahaan memberika kesempatan bagi para konsumen untuk melakuka testimoni sebelum membeli produk mereka. Prinsip ini juga didasarkan karena UMKM “Sari Toga Komodo” sudah diuji kehalalanya. UMKM “Sari Toga Komodo” sudah menerapkan prinsip privasi konsumen dengan setelah melakukan taster, perusahaan meminta izin dahulu untuk memposting di media sosial karena menjaga privasi konsumen. Prinsip Tanggung Jawab Lingkungan sudah dilaksanakan oleh UMKM “Sari Toga Komodo” dimana adanya sisa hasil produksi yang berupa serbuk diolah dengan baik serta limbahnya menggunakan air sumur serapan.

UMKM *Bluecorner*

Perwujudan implementasi bisnis yang beretika dari UMKM ini melalui pelayanan yang mengedepankan kepentingan pelanggan melalui sikap kejujuran dan keterbukaan. Dalam mengimplementasikan etika bisnis, UMKM *Bluecorner* menerapkan Standart termasuk dalam prinsip kehendak bebas dan prinsip tanggungjawab yang dimana *Bluecorner* telah melakukan tindakan untuk memperoleh kemaslahatan yang tinggi dan tanggung jawab terhadap pelayanan konsumen. Selain itu, UMKM ini mengedepankan pelayanan yang *Speed* dimana pelayanan yang diberikan untuk konsumen lebih cepat dari sebelumnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran komprehensif tentang praktik etika bisnis dalam berbagai jenis UMKM di Labuan Bajo yang menjadi salah satu destinasi pariwisata super prioritas di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM telah berupaya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam aktivitas bisnis mereka.

Hal ini menjadi dasar yang kuat dalam menjaga kepercayaan konsumen, kualitas produk dan layanan, serta keberlanjutan bisnis. Namun, beberapa UMKM masih perlu meningkatkan penggunaan teknologi informasi dalam aktifitas bisnis, perhatian aspek lingkungan dan sosial, meningkatkan kualitas dan inovasi produk dan layanan, sehingga UMKM perlu berfokus pada prinsip-prinsip etika bisnis sebagai panduan untuk menjaga reputasi mereka bisnis dan keberlanjutan DPSP Labuan Bajo.

Penelitian ini menjadi rekomendasi dan pijakan bagi seluruh UMKM di Labuan Bajo, Pemerintah, dan stakeholder terkait untuk selalu berupaya menjaga keberlanjutan pariwisata Labuan Bajo yang berkualitas tinggi. Dengan meningkatkan praktik etika bisnis, UMKM dapat berperan lebih aktif dalam mendukung pembangunan berkelanjutan, melestarikan budaya lokal, dan memberikan pengalaman wisata yang unik bagi para wisatawan. Sebagai destinasi pariwisata super prioritas yang terus berkembang,

Labuan Bajo memiliki peluang dan tantangan unik dalam menerapkan etika bisnis, dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan untuk mengatasi tantangan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Echdar, S., & Maryadi (2019). *Business Ethics and Entrepreneurship: Etika Bisnis Dan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). *Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang*. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 194–205. <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>
- Humas Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2022). *Tentang Kami*. Situs Resmi Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. <https://www.setkab.go.id/tentang-kami/>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2022-2026*. <https://www.kemenparekraf.go.id/rencana-strategis>
- Keraf, S. (1998). *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)*, Yogyakarta: Kanisius. A.F. Burns