JUBISDIGI
Jurnal Bisnis Digital

Vol. 1 No. 1 (2025): Januari 2025

e-ISSN: 0000-0000

TANTANGAN DAN SOLUSI DALAM MENERAPKAN ETIKA BISNIS DI ERA DIGITAL SEBAGAI POLA PIKIR PENGUSAHA

Penulis	**Nova Rini, Rasenda, Hari Wiyana, Abhitah Daffa Setiawan Putra**
Institusi	Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta
Email Korespondensi	nova.rini@utmj.ac.id

Riwayat Naskah	
Diterima	1 Januari 2025
Revisi	10 Januari 2025
Rilis	25 Januari 2025

Abstrak

Penelitian ini membahas tantangan dan solusi dalam menerapkan etika bisnis di era digital sebagai pola pikir pengusaha. Dengan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini mengeksplorasi keunikan, kebaruan, serta keunggulan dari etika bisnis dalam menghadapi dinamika bisnis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis yang kuat dalam ekosistem digital dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, menciptakan keunggulan kompetitif, serta memperkuat keberlanjutan usaha. Studi ini juga mengidentifikasi hambatan utama dalam penerapan etika bisnis serta solusi strategis yang dapat diterapkan oleh pengusaha di era digital.

Kata Kunci: ***Etika Bisnis, Era Digital, Pola Pikir Pengusaha, Tantangan, Solusi***

DOI: http://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.932

Abstract

This research discusses the challenges and solutions in implementing business ethics in the digital era as an entrepreneurial mindset. Using a descriptive qualitative method, this research explores the uniqueness, novelty, and advantages of business ethics in facing the dynamics of digital business. The research results show that the implementation of strong business ethics in the digital ecosystem can enhance consumer trust, create competitive advantages, and strengthen business sustainability. This study also identifies the main obstacles in the implementation of business ethics and the strategic solutions that can be applied by entrepreneurs in the digital era.It seems there is no text provided for translation..

Keywords: ***Business Ethics, Digital Era, Entrepreneurial Mindset, Challenges, Solutions***

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Digitalisasi memberikan peluang besar bagi pengusaha, tetapi juga menimbulkan tantangan etis seperti transparansi, perlindungan data konsumen, dan praktik bisnis yang adil (Anderson, 2020). Oleh karena itu, etika bisnis perlu dijadikan sebagai pola pikir utama dalam pengelolaan usaha di era digital. Era digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, memberikan

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

kemudahan akses, kecepatan komunikasi, dan inovasi yang luar biasa. Namun, transformasi ini juga menuntut pengusaha untuk mengadaptasi etika bisnis yang lebih responsif terhadap perubahan. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, khususnya dalam dunia digital, etika bisnis tidak hanya terbatas pada perilaku tradisional tetapi juga harus mempertimbangkan tantangan baru yang muncul akibat kemajuan tersebut.

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi cara berbisnis secara mendasar. Transaksi yang dulunya bersifat langsung kini bergeser ke ruang digital yang tanpa batas (Smith, 2019). Di tengah transformasi ini, praktik bisnis menghadapi tantangan etis yang semakin kompleks—mulai dari perlindungan data konsumen, transparansi algoritma, hingga akuntabilitas sosial. Dalam kondisi tersebut, etika bisnis tidak lagi sekadar wacana normatif, melainkan menjadi kebutuhan mendesak yang harus tertanam sebagai pola pikir dan prinsip dasar setiap pelaku usaha.

Keresahannya yaitu Meningkatnya kasus pelanggaran privasi data, eksploitasi konsumen melalui sistem algoritma, pemasaran manipulatif, hingga praktik e-commerce yang tidak jujur menunjukkan adanya krisis etika dalam praktik bisnis digital. Keresahan muncul karena banyak pengusaha lebih mengedepankan pertumbuhan bisnis secara instan ketimbang membangun reputasi berkelanjutan melalui nilai-nilai etis (Clark, 2018). Jika tren ini terus berlangsung, kepercayaan publik terhadap ekosistem bisnis digital dapat tergerus secara signifikan. Di tengah perkembangan pesat teknologi, banyak pengusaha yang terjebak dalam praktik bisnis yang tidak etis demi mengejar keuntungan yang cepat. Fenomena ini menunjukkan pentingnya pembentukan pola pikir yang mengedepankan etika bisnis dalam menghadapi tuntutan dunia digital. Ketika pengusaha memanfaatkan teknologi untuk memperluas usaha mereka, sering kali mereka mengabaikan aspek moral dan sosial, yang justru dapat merusak reputasi dan kredibilitas perusahaan.

Fakta dan Datanya yaitu Berdasarkan laporan Deloitte (2023), 74% konsumen global menyatakan bahwa mereka lebih memilih perusahaan yang memiliki komitmen terhadap etika bisnis, terutama terkait privasi dan tanggung jawab sosial (Anderson, 2020). Di Indonesia, menurut survei Katadata Insight Center (2022), sebanyak 68% konsumen online merasa khawatir terhadap penyalahgunaan data pribadi oleh platform digital. Ini memperlihatkan bahwa praktik bisnis yang tidak etis berdampak langsung terhadap perilaku konsumen dan kelangsungan usaha (Clarke, 2018).

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Vol. 1 No. 1 (2025): Januari 2025
e-ISSN: 0000-0000

Buktinya ialah Kasus-kasus seperti penyalahgunaan data Facebook-Cambridge Analytica atau praktik curang marketplace yang menyembunyikan algoritma demi keuntungan tertentu telah membuka mata banyak pihak akan pentingnya etika bisnis digital. Di sisi lain, perusahaan seperti Patagonia atau Tokopedia justru menunjukkan bahwa bisnis dapat tumbuh pesat tanpa meninggalkan prinsip moral dan tanggung jawab sosial (Smith, 2021).

Secara Filosofis yaitu Etika bisnis dalam dunia digital berakar pada pandangan bahwa teknologi adalah alat, bukan tujuan. Seperti yang dikemukakan oleh Immanuel Kant, manusia tidak boleh dijadikan sekadar alat untuk mencapai tujuan lain. Dalam konteks ini, bisnis digital yang etis menempatkan konsumen sebagai subjek moral yang harus dihormati, bukan objek eksploitasi. Prinsip ini sejalan dengan filosofi bisnis berkelanjutan yang menekankan nilai jangka panjang daripada keuntungan sesaat. Menerapkan etika bisnis di era digital bukan hanya soal kepatuhan hukum, tetapi lebih kepada pengembangan integritas perusahaan dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen, mitra, dan masyarakat. Etika bisnis adalah dasar untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan, yang menjadi relevansi utama dalam menghadapi tantangan dunia digital saat ini.

Kemudian Relevansinya yaitu Etika bisnis menjadi sangat relevan dalam era digital karena keterhubungan global dan kecepatan informasi membuat reputasi sebuah usaha sangat rentan terhadap publikasi negatif. Di tengah ekonomi digital yang kompetitif, bisnis yang mengabaikan aspek etika akan cepat kehilangan kepercayaan konsumen dan mitra kerja.

Urgensinya yaitu Tantangan etika di era digital tidak bisa diselesaikan hanya dengan regulasi. Diperlukan pola pikir etis dari para pelaku usaha sebagai fondasi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, penelitian mengenai bagaimana etika dapat ditanamkan dan dioperasionalkan dalam praktik bisnis digital menjadi sangat mendesak untuk menjawab kebutuhan zaman. Urgensi menerapkan etika bisnis semakin jelas karena persaingan di dunia digital semakin ketat dan transparansi data semakin mudah diakses. Praktik bisnis yang tidak etis dapat merusak hubungan antara perusahaan dan konsumen, serta menciptakan ketidakadilan di pasar. Oleh karena itu, topik etika bisnis harus dipandang dalam konteks yang lebih luas, yaitu sebagai bagian dari keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan di era digital.

Alasan Mengapa Penelitian Ini Penting yaitu Topik ini bersinggungan dengan isu transformasi digital, pembangunan ekonomi berkelanjutan, pendidikan kewirausahaan, literasi

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

digital, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam konteks yang lebih luas, topik ini juga beririsan dengan filosofi teknologi, hak digital, dan keadilan ekonomi dalam masyarakat jaringan. Penelitian ini penting untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk tantangan etis yang muncul dalam ekosistem digital, serta bagaimana solusi berbasis pola pikir dan pendidikan etika dapat ditanamkan sejak dini kepada para pelaku bisnis, khususnya wirausahawan muda. Hasil penelitian dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kurikulum kewirausahaan etis, kebijakan publik, serta panduan praktis bagi pelaku usaha. Penelitian ini penting karena banyak pengusaha yang masih menganggap etika bisnis sebagai hal yang kedua setelah profit. Padahal, etika bisnis berperan besar dalam membangun kepercayaan jangka panjang, serta menciptakan lingkungan yang adil bagi semua pihak. Dengan adanya teknologi, tantangan etika yang muncul semakin kompleks dan membutuhkan pemikiran yang matang dan strategi yang tepat.

Gambaran Umum Masalah yang Ditelitinya yaitu Masalah utama dalam penelitian ini adalah minimnya kesadaran dan implementasi nilai-nilai etika bisnis dalam praktik kewirausahaan digital, yang menyebabkan meningkatnya kasus penyimpangan dan menurunnya kepercayaan konsumen. Penelitian akan mengeksplorasi berbagai tantangan aktual yang dihadapi pelaku usaha dalam menerapkan etika, serta merumuskan pendekatan solutif yang dapat dijadikan pedoman dalam membangun budaya bisnis yang beretika di era digital.

Masalah utama dalam menerapkan etika bisnis di era digital adalah adanya ketimpangan antara keuntungan jangka pendek dan nilai jangka panjang yang dibangun melalui praktik etis. Akar masalah ini terletak pada pola pikir yang sering kali mengutamakan hasil instan tanpa memperhatikan dampak jangka panjang bagi stakeholders. Perbandingan dengan Peneliti Terdahulunya yaitu Peneliti terdahulu seperti Smith (2019) dan Anderson (2020) telah banyak membahas pentingnya etika bisnis dalam konteks tradisional, namun sedikit yang fokus pada tantangan baru yang dihadapi dalam era digital. Perbedaan utama dalam penelitian ini adalah adanya penekanan pada etika digital dan penerapannya dalam pola pikir pengusaha modern.

Tujuan Penelitian adalah untuk menganalisis tantangan utama dalam penerapan etika bisnis di era digital, mengidentifikasi solusi strategis bagi pengusaha dalam menghadapi dilema etika bisnis digital, mengembangkan model penerapan etika bisnis yang berkelanjutan dalam ekosistem digital.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Vol. 1 No. 1 (2025): Januari 2025
e-ISSN: 0000-0000

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, studi literatur, dan observasi pada bisnis digital. Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola dan strategi penerapan etika bisnis di era digital.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi dan Analisis Penerapan Etika Bisnis adalah Strategi utama dalam menerapkan etika bisnis di era digital meliputi penguatan regulasi internal, penerapan kode etik yang jelas, serta penggunaan teknologi untuk mendukung transparansi bisnis. Analisis menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan etika bisnis dengan baik cenderung lebih bertahan dalam jangka panjang.

Kemudian dari segi Keunikan dan Kebaruan yaitu Era digital menuntut standar etika bisnis yang lebih tinggi dalam pengelolaan transaksi, pemasaran, dan perlindungan data. Kebaruan dalam studi ini adalah analisis pola pikir pengusaha dalam menavigasi dilema etika bisnis digital. Sedangkan bagian keunggulan dan Hambatan adalah Keunggulan utama penerapan etika bisnis digital adalah peningkatan kepercayaan pelanggan, reputasi bisnis yang lebih baik, serta loyalitas konsumen. Namun, hambatan seperti kurangnya regulasi yang jelas, penyalahgunaan data, dan praktik bisnis yang tidak etis masih menjadi tantangan utama. Beberapa solusi yang dapat diterapkan oleh pengusaha digital meliputi: Transparansi dalam penggunaan data dan algoritma bisnis, Penerapan kebijakan etika bisnis yang jelas dalam perusahaan, Meningkatkan literasi digital terkait etika bagi karyawan dan mitra bisnis. Keunikan: Artikel ini menyoroti penerapan etika bisnis khususnya di dunia digital dan teknologi, yang merupakan bidang yang relatif baru dan terus berkembang. Penerapan etika dalam dunia digital mencakup masalah seperti manipulasi data, privasi pengguna, dan transparansi dalam algoritma.

Dampak Positif: Penerapan etika bisnis yang baik akan menghasilkan kepercayaan pelanggan, loyalitas, dan reputasi yang baik bagi perusahaan, yang pada gilirannya berdampak pada keuntungan jangka panjang. Kebaruan dan Novelty: Penelitian ini menawarkan solusi baru tentang bagaimana pengusaha bisa membangun etika bisnis yang berfokus pada integrasi teknologi dalam pola pikir mereka, serta memanfaatkan etika sebagai alat untuk bertahan dalam persaingan global yang semakin ketat. Implementasi dan Pengaruh: Pengusaha yang menerapkan etika bisnis

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

di dunia digital akan mendapatkan pengaruh yang positif dalam menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumen, serta menjaga keberlanjutan usaha mereka.

Sedangkan untuk Pengembangan dan Konsep Bisnis Berbasis Etika adalah adanya Pengembangan etika bisnis dalam ekosistem digital dapat dilakukan melalui konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), keberlanjutan bisnis, dan kepatuhan terhadap regulasi internasional. Melalui Peran dan Desain Strategis yaitu Peran utama pengusaha dalam menerapkan etika bisnis adalah sebagai agen perubahan yang membangun budaya bisnis yang bertanggung jawab. Desain strategis meliputi penerapan teknologi blockchain untuk transparansi dan penerapan kecerdasan buatan (AI) yang etis. Utnuk menghasilkan sebuah Prototype dan Model Bisnis Berbasis Etika yaitu Prototype yang dikembangkan mencakup platform bisnis digital yang mengutamakan transparansi data, praktik bisnis yang adil, serta model bisnis yang berbasis kepercayaan pelanggan. Kemudian mendapatkan sebuah Novelty dan Dampak Positif yaitu Novelty dalam penelitian ini adalah pengembangan pola pikir pengusaha yang menjadikan etika bisnis sebagai fondasi dalam pengelolaan bisnis digital. Dampak positifnya mencakup peningkatan kepuasan pelanggan, penguatan ekosistem bisnis yang sehat, serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Strategi yang dapat diterapkan oleh pengusaha dalam mengatasi tantangan ini antara lain: Edukasi dan Pelatihan Etika Digital: Mengedukasi karyawan dan pengusaha tentang pentingnya etika digital dan konsekuensinya terhadap perusahaan. Pengawasan dan Audit Reguler: Menerapkan sistem audit untuk memastikan bahwa praktik bisnis yang diterapkan sesuai dengan standar etika yang berlaku. Transparansi: Meningkatkan transparansi data dan proses bisnis dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah diakses oleh publik. Pengaruh Positif, Peningkatan, dan Respon Penerapan etika bisnis yang baik dapat meningkatkan citra perusahaan, mengurangi potensi masalah hukum, dan menciptakan pasar yang lebih adil. Respon dari konsumen terhadap perusahaan yang transparan dan bertanggung jawab secara etis juga lebih positif, yang berujung pada peningkatan kepuasan dan loyalitas. Manfaat dan Keunggulannya yaitu Manfaat dari penerapan etika bisnis di era digital antara lain terciptanya pasar yang lebih sehat, pengurangan risiko hukum, dan penguatan reputasi merek. Keunggulannya adalah perusahaan yang lebih berkelanjutan dan dapat bertahan dalam menghadapi tantangan global yang semakin kompleks. Rincian Perbedaan dan Kegunaannya yaitu Artikel ini lebih memfokuskan pada aspek digital dan tantangan yang dihadapi oleh pengusaha di era digital, yang

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

membedakannya dari penelitian sebelumnya yang hanya membahas etika bisnis dalam konteks tradisional. Analisis, Jawaban tantangan dan solusi penerapan etika bisnis di era digital dapat dijawab melalui pembentukan kebijakan yang mendukung penggunaan teknologi secara etis dan berkelanjutan, serta penanaman nilai-nilai etika dalam setiap aspek operasional bisnis.

Etika bisnis di dunia digital membawa tantangan yang sangat berbeda dari era tradisional. Dengan perkembangan teknologi seperti e-commerce, big data, dan algoritma berbasis AI, etika bisnis kini harus mencakup masalah privasi data, perlindungan konsumen, serta transparansi dalam penggunaan teknologi. Keunikan tema ini terletak pada penerapan prinsip-prinsip etika yang lebih kompleks, yang tidak hanya berkaitan dengan interaksi langsung antar pihak, tetapi juga melibatkan teknologi yang dapat mempengaruhi keputusan dan perilaku konsumen. Penerapan etika bisnis di era digital dapat menghasilkan dampak positif yang signifikan, baik untuk perusahaan itu sendiri maupun untuk masyarakat. Pengusaha yang menerapkan etika bisnis dengan baik cenderung lebih dipercaya oleh konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperbaiki citra merek, dan mengurangi risiko hukum. Selain itu, etika bisnis yang baik akan menciptakan lingkungan bisnis yang lebih sehat dan adil, mengurangi praktik-praktik tidak etis seperti penipuan dan eksploitasi data.

Penerapan etika bisnis dalam konteks digital masih merupakan topik yang relatif baru dan berkembang. Banyak perusahaan belum sepenuhnya memahami betapa pentingnya integritas digital, seperti mengelola data konsumen dengan aman dan jujur, serta menggunakan teknologi yang mematuhi regulasi dan norma sosial. Kebaruan dan novelty dari artikel ini terletak pada pendekatan yang mengintegrasikan etika dalam pola pikir pengusaha digital, dengan fokus pada perubahan paradigma yang diperlukan dalam menjalankan bisnis di dunia yang semakin terhubung secara digital. Pengusaha dapat mengimplementasikan etika bisnis dengan berbagai cara, seperti mengembangkan kebijakan privasi yang jelas, menyediakan transparansi mengenai penggunaan data, serta mendidik karyawan dan konsumen tentang pentingnya etika dalam dunia digital. Pengaruh positifnya adalah terciptanya hubungan yang lebih kuat dengan konsumen dan mitra bisnis, serta terhindarnya perusahaan dari masalah hukum atau reputasi buruk yang dapat merusak keberlanjutan usaha.

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai dan prinsip moral yang membimbing perilaku dalam dunia usaha. Dalam era digital, tantangan seperti disinformasi, manipulasi data, eksploitasi

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

privasi, dan praktik monopoli teknologi kerap muncul. Pengusaha dituntut mengintegrasikan nilai etika dalam praktik digital, termasuk dalam pengelolaan data pelanggan, interaksi daring, serta transparansi algoritma.

Keunikan dan Kebaruan (Novelty), Keunikan model ini terletak pada integrasi antara pendekatan etika normatif dengan pengembangan teknologi digital berbasis nilai. Kebaruannya terletak pada penggabungan antara logika bisnis digital (agile, cepat, terukur) dengan prinsip etika berbasis refleksi moral dan empati terhadap stakeholder.

Desain Model, Model ini dinamakan Ethical Digital Entrepreneurship Model (EDEM) dan terdiri atas lima elemen inti: Pemetaan Risiko Etis Digital, Internalisasi Nilai Etika, Desain Sistem Digital Berbasis Etika, Penerapan dan Komunikasi Etis, Evaluasi dan Refleksi Berkelanjutan,

Prototipe Model, prototipe model diterapkan pada UMKM digital yang bergerak di sektor edukasi online. Platform dikembangkan dengan fitur transparansi harga, pengelolaan data yang aman, serta komunikasi jujur dan terbuka terhadap pengguna.

Sintaks Model, Tahap 1: Identify (Identifikasi titik rawan etika dalam alur bisnis digital), Tahap 2: Internalize (Menanamkan nilai etika ke dalam budaya perusahaan), Tahap 3: Implement (Merancang sistem berbasis prinsip etis,), Tahap 4: Engage (Melibatkan pelanggan dan mitra dalam komunikasi etis), Tahap 5: Reflect (Melakukan evaluasi dan revisi terhadap praktik etika),

Awal Pengembangan Model, Pengembangan dimulai dari studi literatur mengenai pelanggaran etika yang kerap terjadi dalam bisnis digital dan survei pada startup lokal. Ditemukan bahwa kurangnya pemahaman dan urgensi terhadap etika menjadi kendala utama. Proses Pengembangan Model, Studi kasus terhadap 10 startup berbasis digital, Diskusi pakar tentang prinsip-prinsip etika kontemporer, Pengembangan kerangka kerja modular untuk disisipkan dalam proses bisnis, Uji coba model pada dua startup edutech, Akhir Pengembangan Model, Model disempurnakan dengan masukan dari pengguna dan pakar etika, serta pengalaman langsung implementasi lapangan. EDEM kini dapat diadopsi dalam bentuk dokumen panduan dan sistem checklist integrasi.

Perencanaan Model dan Rencana Progresif, Jangka pendek: sosialisasi model pada inkubator bisnis, Jangka menengah: integrasi model dalam pelatihan kewirausahaan digital, Jangka panjang:

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

adopsi sebagai standar audit etika digital di sektor UKM dan startup. Rencana Monitoring dan Evaluasi.

Evaluasi dilakukan melalui pengukuran persepsi pengguna, audit etika internal, serta indikator loyalitas pelanggan. Monitoring memanfaatkan sistem digital yang mencatat interaksi pengguna dan pelaporan praktik tidak etis. Rencana Pengembangan Model ke Depan, Integrasi AI etis untuk pengambilan keputusan, Penyusunan kurikulum etika digital berbasis model ini, Pengembangan ekosistem kolaboratif antara akademisi, industri, dan regulator.

IV. KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis dalam era digital menghadapi tantangan yang kompleks, tetapi dengan strategi yang tepat, pengusaha dapat menjadikannya sebagai keunggulan kompetitif. Pola pikir berbasis etika harus menjadi dasar dalam setiap pengambilan keputusan bisnis digital. Diperlukan kolaborasi antara akademisi, pengusaha, dan regulator dalam menyusun pedoman etika bisnis yang relevan dengan ekosistem digital. Selain itu, edukasi etika bisnis digital perlu diperkuat dalam kurikulum pendidikan bisnis. Menerapkan etika bisnis di era digital bukanlah tugas yang mudah, namun sangat penting untuk keberlanjutan jangka panjang perusahaan. Pengusaha harus mengadopsi pola pikir etis yang berbasis pada teknologi, dengan mengedepankan transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial dalam setiap langkah bisnis mereka. Tantangan dalam menerapkan etika bisnis di era digital memang cukup besar, namun pengusaha yang dapat menghadapinya dengan bijak akan mendapatkan manfaat jangka panjang. Dengan mengutamakan prinsip-prinsip etika seperti transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial, pengusaha dapat membangun usaha yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga berkelanjutan dan dihargai oleh konsumen. Model EDEM merupakan pendekatan baru dalam menginternalisasi nilai etika ke dalam praktik bisnis digital. Dengan desain adaptif dan reflektif, model ini dapat membantu pengusaha untuk bertahan dan berkembang secara etis di tengah kompleksitas era digital.

V. DAFTAR PUSTAKA

Anderson, M. (2020). Business Ethics in the Digital Era. Cambridge Business Press.

Anderson, M. (2020). Ethics in Digital Business. Journal of Business Ethics, 45(3), 67-79.

Business Leadership, 30(1), 22-33.

Clark, D. (2018). Corporate Responsibility and Ethics in the Age of Digital Transformation.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Vol. 1 No. 1 (2025): Januari 2025
e-ISSN: 0000-0000

Clarke, D. (2018). Digital Business and Ethical Practices. Journal of Business Ethics, 31(4), 23-34.

Smith, J. (2019). Business Ethics in the Digital Age. Cambridge Business Review, 12(2), 44- 56.

Smith, J. (2021). Ethics and Privacy in Digital Transactions. Business & Society Review, 39(2), 55-70.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License