

# Pemahaman Etika Bisnis Terhadap Keputusan Berwirausaha Generasi Z Di Era Digital

Dewa Adhipramana Daffa Purwaka \*<sup>1</sup>

Gina Arifah Seftiani <sup>2</sup>

Manda Novia Dewi <sup>3</sup>

Indah Noviyanti <sup>4</sup>

Septia Nur Aini <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Akutansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika Pemuda

\*e-mail: [ginasetiani672@gmail.com](mailto:ginasetiani672@gmail.com)<sup>1</sup>, [septianuraini22@gmail.com](mailto:septianuraini22@gmail.com)<sup>2</sup>, [purwakadewa@gmail.com](mailto:purwakadewa@gmail.com)<sup>3</sup>

[indaahnoviyanti@gmail.com](mailto:indaahnoviyanti@gmail.com)<sup>4</sup>, [mandanovia03@gmail.com](mailto:mandanovia03@gmail.com)<sup>5</sup>

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman etika bisnis terhadap keputusan Generasi Z dalam berwirausaha di era digital. Perkembangann teknologi yang pesat telah membuka peluang besar bagi pertumbuhan kewirausahaan digital, sehingga penting bagi para pelaku usaha untuk memahami prinsip - prinsip etika seperti kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan keadilan dalam mengambil keputusan bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah metode deskriptif melalui kuesioner 20 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat pemahaman etika bisnis para responden sangat tinggi, khususnya dalam hal kejujuran, tanggung jawab sosial, dan integritas dalam menjalankan usaha. selain itu, keputusan berwirausaha di kalangan generasi Z juga menunjukkan sikap positif, meskipun sebagian responden masih menunjukkan keraguan dalam hal keyakinan diri dan kecenderungan generasi Z untuk berwirausaha dengan lebih tanggung jawab di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan yang bermanfaat dalam menjalankan strategi pendidikan kewirausahaan yang berfokus pada aspek etika, sehingga relevan dan membangun karakter generasi muda masa kini.

**Kata kunci:** Etika Bisnis, Keputusan Berwirausaha, Generasi Z, Era Digital, Kewirausahaan Digital.

## Abstract

This study aims to analyze the influence of business ethics understanding on Generation Z's decision to become entrepreneurs in the digital era. Rapid technological developments have opened up great opportunities for digital entrepreneurship growth, making it important for business actors to understand ethical principles such as honesty, responsibility, transparency, and fairness in making business decisions. The method used in this quantitative study was a descriptive method through a questionnaire administered to 20 respondents. The results show that the respondents' level of understanding of business ethics is very high, particularly in terms of honesty, social responsibility, and integrity in running a business. In addition, entrepreneurial decisions among Generation Z also show a positive attitude, although some respondents still show doubts in terms of self-confidence and the tendency of Generation Z to be more responsible entrepreneurs in the digital era. Therefore, this study is expected to be a useful foundation in implementing entrepreneurial education strategies that focus on ethical aspects, so that they are relevant and build the character of today's young generation.

**Keywords:** Business Ethics, Entrepreneurial Decision-Making, Generation Z, Digital Era, Digital Entrepreneurship.

## PENDAHULUAN

Di era teknologi yang pesat, kewirausahaan digital menjadi komponen penting dalam pembangunan ekonomi masa kini. Kemajuan seperti internet, media sosial, e-commerce, dan software analitik membuat dunia bisnis menjadi lebih dinamis dan terbuka bagi siapa saja yang ingin mencoba terjun di bidang wirausaha (Kusnadi, Nugroho dan Utami, 2022). Dengan kewirausahaan digital, pelaku usaha dapat mengelola bisnis secara fleksibel dan menjangkau pasar global tanpa harus memiliki infrastruktur fisik yang besar. Kondisi ini membuka peluang besar bagi generasi muda, terutama generasi Z yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi (Riscal and Sahbany, 2023; Aprilita, 2024).

Etika bisnis yang terdiri dari nilai dan norma yang mengatur perilaku usaha, memegang peranan penting dalam menjaga reputasi, membangun kepercayaan pelanggan, serta menjamin kelangsungan bisnis. Penelitian empiris yang dilakukan Indonesia menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan kepercayaan dari berbagai pemangku kepentingan dan memperbaiki kinerja bisnis, terutama saat menghadapi tantangan persaingan di dunia digital.

Pada Generasi Z, pemahaman tentang etika bisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pendidikan etika dan kewirausahaan, kemampuan literasi digital, nilai-nilai yang diajarkan dalam budaya, serta pengalaman mereka dengan praktik bisnis digital seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pendidikan etika dan literasi digital berperan penting dalam membentuk sikap etis Generasi Z serta memengaruhi niat dan keputusan mereka untuk menjalankan usaha dengan tanggung jawab. Oleh karena itu, memahami hubungan antara pemahaman etika bisnis dan keputusan berwirausaha pada Generasi Z di era digital menjadi sangat penting bagi para pengelola pengembangan kewirausahaan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis seberapa besar pengaruh pemahaman etika bisnis terhadap keputusan berwirausaha Generasi Z di era digital, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memperkuat atau melemahkan hubungan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis untuk memasukkan pendidikan etika dalam pembinaan kewirausahaan digital khusus bagi Generasi Z, sehingga dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan wirausaha yang tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga berlandaskan prinsip etika dan keberlanjutan.

## LITERATUR REVIEW

### Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip moral dan nilai yang menjadi pedoman bagi individu maupun organisasi dalam menjalankan kegiatan ekonomi agar tetap berada dalam koridor moralitas dan tanggung jawab sosial. Etika bisnis mengatur bagaimana perilaku seseorang dalam dunia kerja harus sejalan dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Pemahaman etika bisnis berperan penting dalam membangun moralitas korporasi dan mendorong terciptanya perilaku organisasi yang berintegritas (Setyaning Dwi Putra dkk., t.t.).

Dengan demikian, etika bisnis tidak hanya berfungsi untuk menghindari pelanggaran hukum, tetapi juga sebagai dasar pembentukan budaya perusahaan yang etis dan berkelanjutan.

Dalam konteks kewirausahaan, etika bisnis menjadi pedoman moral bagi pelaku usaha agar tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai sosial, kemanusiaan, dan keberlanjutan. Pertumbuhan kewirausahaan di era digital menimbulkan kompleksitas baru dalam aspek etika, seperti penyalahgunaan data, manipulasi konsumen, dan perilaku tidak transparan dalam pemasaran (Ali dkk., 2023).

Oleh karena itu, generasi muda terutama Generasi Z perlu memahami etika bisnis sebagai dasar dalam mengambil keputusan berwirausaha yang bertanggung jawab, transparan, dan berorientasi jangka panjang. Pemahaman yang baik terhadap etika bisnis akan membantu wirausahawan muda menghadapi tantangan moralitas di era digital sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan merek yang mereka bangun.

### Keputusan Berwirausaha

Berwirausaha adalah kegiatan yang dilakukan seorang wirausaha untuk menjalankan usaha atau bisnisnya dengan tujuan mendapat keuntungan. Seseorang dapat menjadi wirausaha apabila dirinya sudah memahami bagaimana cara berwirausaha dan mengambil keputusan dengan tekad yang kuat. Keputusan berwirausaha adalah keputusan yang diambil oleh seorang individu pemberani dan bersedia mengambil risiko atau keputusan untuk menggunakan sumber daya secara optimal dengan menyediakan lapangan pekerjaan (Indahsari & Yuliati, 2022).

Keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu kepercayaan seseorang bahwa berwirausaha memiliki peluang lebih tinggi untuk berhasil daripada bekerja dengan orang lain, keberanian yang dimiliki untuk menghadapi risiko-risiko yang akan terjadi, dan keinginan untuk merasakan kebebasan dalam bekerja (Nugroho & Hakim, 2022).

Dalam era digital, generasi muda cenderung lebih mudah untuk berwirausaha karena kemudahan dalam mengakses informasi dan literasi digital mengenai berwirausaha. Selain itu, generasi muda dapat memutuskan untuk berwirausaha karena kegiatan usaha saat ini memiliki tingkat keberhasilan yang cenderung tinggi karena adanya media sosial dan e-commerce (Fernando & Handoyo, 2022).

Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Generasi Z lebih tertarik untuk mendirikan usaha sendiri dan menciptakan inovasi baru daripada bekerja di perusahaan lain (Hutapea dkk., 2024). Oleh karena itu, pemahaman mengenai etika bisnis harus menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan berwirausaha. Bagi Generasi Z, etika bisnis dapat memperkuat keyakinan mereka untuk berwirausaha karena mereka dikenal memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap berbagai isu etika yang berkelanjutan.

### **Era Digital**

Era digital merupakan masa perkembangan sosial, ekonomi, dan budaya yang ditandai dengan penyebaran luas teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet, platform digital, serta sistem berbasis data. Era ini mengubah cara manusia mendapatkan, memproses, dan menyebarkan informasi. Konsep ini terlihat dalam berbagai karya ilmiah yang menekankan peningkatan kecepatan aliran pengetahuan, otomatisasi proses, serta pengurangan hambatan geografis dalam pertukaran informasi (Lim, Y. J., & Lemanski, J, 2020).

Karakteristik utama dari era digital antara lain: (1) konektivitas global, yaitu kemampuan akses informasi secara langsung antara para pelaku sosial dan ekonomi; (2) data fiksi, dimana berbagai aspek kehidupan diubah menjadi data yang bisa dianalisis; (3) platformisasi, yaitu munculnya platform sebagai pusat utama dalam proses transaksi, komunikasi, dan penyebutan konten; serta (4) kecepatan inovasi, di mana siklus pengembangan inovasi lebih singkat sehingga organisasi harus cepat beradaptasi agar tetap bertahan dan bersaing. Hal ini didukung oleh berbagai tinjauan literatur mengenai transformasi digital serta agenda penelitian yang relevan (Plekhanov, D., Franke, H., & Netland, T. H, 2023).

Dampak dari era digital terlihat pada berbagai bidang, seperti pendidikan yang mengalami perubahan dengan adanya pembelajaran digital dan jarak jauh, serta kebutuhan akan kemampuan menggunakan teknologi. Di bidang ekonomi, bisnis semakin digital, muncul model usaha berbasis platform, meski sekaligus membawa tantangan dalam hal kesenjangan akses. Di sisi komunikasi sosial, informasi bergerak lebih cepat, tetapi juga membawa risiko penyebaran informasi palsu. Oleh karena itu, berbagai sumber menyarankan untuk fokus pada peningkatan kemampuan digital, regulasi yang bisa beradaptasi, serta kebijakan yang inklusif agar kesenjangan akses bisa diminimalkan (Yanuarini, D., & Masykur, M, 2024).

Namun, masa digital juga memberikan tantangan besar, seperti permasalahan privasi dan perlindungan data, risiko serangan siber yang meningkat, serta ketimpangan kemampuan digital yang membuat sebagian kelompok rentan terhadap informasi palsu dan pemutusan akses ekonomi. Dalam konteks kebijakan, para peneliti menekankan pentingnya meningkatkan literasi digital, membangun sistem pengelolaan data yang etis, serta membuat regulasi yang melindungi hak pengguna tanpa menghambat perkembangan inovasi (Saputri, P. R, 2025).

## **METOD PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur tingkat pemahaman etika bisnis serta melihat kecenderungan keputusan berwirausaha pada Generasi Z di era digital melalui data numerik.

### **Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner online. Kuesioner dibuat dengan skala Likert lima point yang menunjukkan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan dalam penelitian.

**Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah Generasi Z di Indonesia yang memiliki ketertarikan atau pengalaman dalam berwirausaha digital, dengan syarat:

- a. Usia antara 17 sampai 28 tahun,
- b. Memiliki minat atau pengalaman dalam bisnis digital.

Jumlah sampel ditetapkan minimal 30 responden untuk memenuhi kebutuhan analisis data kuantitatif.

**Instrumen Penelitian**

Alat utama yang digunakan adalah kuesioner yang berisi indikator dari dua variabel berikut:

- a. Pemahaman Etika Bisnis (X) → mencakup beberapa aspek seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, integritas, serta kesadaran terhadap aturan.
- b. Keputusan Berwirausaha (Y) → mencakup beberapa hal seperti minat untuk berwirausaha, kemampuan dalam mengambil risiko, perencanaan usaha, serta penggunaan teknologi digital.

**Teknik Pengumpulan Data**

- a. Data dikumpulkan melalui Google Form.
- b. Form tersebut dibagikan lewat media sosial agar bisa mencapai lebih banyak anggota Generasi Z.
- c. Responden menjawab sendiri sesuai dengan pendapat mereka sendiri.

**Teknik Analisis Data**

Analisis data dilakukan dalam beberapa tahap:

- a. Uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan soal dalam kuesioner cocok dan bisa dipercaya.
- b. Analisis deskriptif untuk menjelaskan kondisi setiap variabel.

**Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan secara online di Indonesia selama periode 2 minggu, agar dapat menjangkau partisipan Generasi Z dari berbagai wilayah.

**Contoh Sub Bab**

**Karakteristik Responden**

Karakteristik adalah ciri-ciri yang membedakan seorang individu dengan individu lainnya. Karakteristik responden mencerminkan keadaan asli mereka, seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan dan lain-lain. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui karakteristik responden dalam hal usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

**Tabel 1 Karakteristik Responden**

No.	Deskripsi	Kriteria	Responden	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki - Laki	7	35%
		Perempuan	13	65%
	<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100%</b>
2.	Usia	15 - 17	3	15%
		18 - 20	12	60%

		21 - 23	5	25%
	<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100%</b>
3.	Pekerjaan	Mahasiswa	12	60%
		Wiraswasta	5	25%
		Karyawan Swasta	3	15%
	<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 1 di atas, terdapat karakteristik dari 20 responden yang digambarkan dalam tiga aspek, yaitu jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Pada aspek pertama, diketahui jenis kelamin responden sebanyak 7 orang (35%) laki - laki dan 13 orang (65%) perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa dari 30 responden penelitian ini didominasi oleh perempuan.

Pada aspek kedua, diketahui usia responden dibagi menjadi tiga golongan, yaitu usia 15-17 tahun sebanyak 3 orang (15%), usia 18-20 tahun sebanyak 12 orang (60%), dan usia 21-23 tahun sebanyak 5 orang (25%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada usia muda, yaitu berusia 18-20 tahun.

pada aspek ketiga, diketahui pekerjaan responden dibagi menjadi tiga golongan, yaitu pekerjaan mahasiswa sebanyak 12 orang (60%), pekerjaan wiraswasta sebanyak 5 orang (25%), pekerjaan karyawan swasta sebanyak 3 orang (15%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan mahasiswa, yaitu berada pada tingkat pekerjaan sebanyak 12 Orang (60%).

**Deskripsi Jawaban Responden**

**Tabel 2 Deskripsi Jawaban Responden**

Variabel	Persentase Jawaban					Total
	1	2	3	4	5	
<b>Pemahaman Etika Bisnis</b>						
Saya memahami pentingnya kejujuran dalam menjalankan bisnis.	0%	0%	15%	10%	75%	100%
Saya tahu bahwa praktik curang dalam bisnis dapat merusak reputasi.	0%	0%	5%	15%	80%	100%
Saya menyadari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan.	0%	0%	5%	45%	50%	100%
Saya memahami konsep keadilan dalam hubungan dengan pelanggan.	0%	0%	10%	60%	30%	100%

Saya percaya bahwa etika bisnis harus diterapkan dalam setiap keputusan bisnis.	0%	0%	10%	20%	70%	100%
<b>Keputusan Berwirausaha Generasi Z</b>						
Saya memiliki keinginan yang kuat untuk memulai usaha sendiri.	0%	0%	10%	40%	50%	100%
Saya bersemangat untuk menjadi wirausahawan di era digital.	0%	0%	5%	45%	50%	100%
Saya merasa yakin bisa mengelola usaha dengan kemampuan yang saya miliki.	0%	10%	35%	30%	25%	100%
Saya berniat untuk membuka usaha dalam waktu dekat.	0%	10%	35%	30%	25%	100%
Saya percaya bahwa berwirausaha adalah pilihan karier terbaik bagi saya.	0%	5%	35%	25%	35%	100%

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan hasil distribusi jawaban pada variabel Pemahaman Etika Bisnis, terlihat bahwa responden memiliki tingkat pemahaman yang sangat tinggi terhadap prinsip-prinsip etika dalam berbisnis. Pernyataan mengenai pentingnya kejujuran dalam menjalankan bisnis menunjukkan dominasi pada kategori "Sangat Setuju" sebesar **75%**, disusul 10% "Setuju", dan 15% "Netral", yang menandakan bahwa mayoritas responden sangat mengutamakan kejujuran sebagai nilai dasar dalam berbisnis. Selanjutnya, pernyataan tentang praktik curang yang dapat merusak reputasi juga memiliki tingkat persetujuan yang sangat tinggi, dengan **80%** responden "Sangat Setuju" dan 15% "Setuju". Kesadaran terhadap tanggung jawab sosial perusahaan pun terlihat baik, dimana 50% responden "Sangat Setuju" dan 45% "Setuju". Pada aspek keadilan dalam hubungan dengan pelanggan, sebagian besar responden memilih "Setuju" sebesar **60%**, diikuti 30% "Sangat Setuju". Selain itu, pandangan bahwa etika bisnis harus diterapkan dalam setiap pengambilan keputusan menunjukkan dominasi pada kategori "Sangat Setuju" sebesar **70%**. Secara keseluruhan, data ini menggambarkan bahwa pemahaman etika bisnis responden berada pada tingkat sangat baik, dengan kecenderungan kuat pada nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Pada variabel Keputusan Berwirausaha Generasi Z, hasil data menunjukkan bahwa minat dan motivasi berwirausaha di kalangan responden berada pada tingkat yang positif, meskipun disertai dengan tingkat keyakinan diri yang bervariasi. Pernyataan mengenai keinginan kuat untuk memulai usaha sendiri menunjukkan bahwa 50% responden "Sangat Setuju" dan 40% "Setuju", yang menandakan antusiasme besar dalam berwirausaha. Semangat untuk menjadi wirausahawan di era digital juga konsisten tinggi, dengan **50%** "Sangat Setuju" dan 45% "Setuju". Namun, tingkat percaya diri responden dalam kemampuan mengelola usaha menunjukkan distribusi jawaban yang lebih beragam, yaitu 35% "Netral", 30% "Setuju", 25% "Sangat Setuju", dan 10% "Tidak Setuju". Hal serupa terjadi pada niat membuka usaha dalam waktu dekat, di mana 35% responden masih berada pada posisi "Netral". Sementara itu, pandangan bahwa berwirausaha merupakan pilihan karier terbaik menunjukkan kecenderungan positif meskipun tidak terlalu dominan, dengan 35% "Sangat Setuju", 25% "Setuju", dan 35% "Netral". Secara

keseluruhan, data mencerminkan bahwa Generasi Z memiliki minat tinggi dalam berwirausaha, tetapi sebagian dari mereka masih membutuhkan peningkatan keyakinan diri dan persiapan lebih matang untuk benar-benar memulai usaha.

## Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang menunjukkan ketepatan kuesioner dalam mengukur suatu objek. Hasil penelitian dikatakan valid apabila data yang dikumpulkan sesuai dengan data yang sebenarnya pada objek yang diteliti. Pada penelitian ini, metode analisa yang digunakan untuk melakukan uji validitas kuesioner adalah *Pearson Product Moment* yang diproses melalui aplikasi *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Dalam uji validitas, item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai R hitung lebih besar daripada R tabel atau pada signifikansi yang kurang dari 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )

**Tabel 3 Uji Validitas**

Aspek Uji	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pemahaman Etika Bisnis	1	0,879	0,4438	VALID
	2	0,808	0,4438	VALID
	3	0,722	0,4438	VALID
	4	0,808	0,4438	VALID
	5	0,826	0,4438	VALID
Keputusan Berwirausaha Generasi Z	1	0,934	0,4438	VALID
	2	0,941	0,4438	VALID
	3	0,829	0,4438	VALID
	4	0,876	0,4438	VALID
	5	0,962	0,4438	VALID

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 3, ditunjukkan bahwa terdapat 2 variabel yang menjadi bahan penelitian dan diketahui hasil dari uji validitas adalah menyatakan seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid karena memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari R tabel (0,4438). Dengan demikian, kuesioner dalam penelitian ini memiliki ketepatan dan kecermatan sehingga dapat diandalkan serta layak untuk digunakan.

### 2. Uji Realibitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur konsistensi suatu kuesioner. Uji reliabilitas akan menggambarkan apakah suatu kuesioner tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali dan dapat dipercaya untuk memberikan hasil yang tepat serta kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Pada penelitian ini, metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah metode *Cronbach's Alpha*. Dalam uji reliabilitas, kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar daripada 0,60.

**Tabel 4 Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Reliabel	Keterangan
Pemahaman Etika Bisnis	0,808	0,60	RELIABEL
Keputusan Berwirausaha Generasi Z	0,824	0,60	RELIABEL

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 4, ditunjukkan bahwa terdapat 2 variabel yang menjadi bahan penelitian dan diketahui hasil dari uji reliabilitas adalah menyatakan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, kuesioner dalam penelitian ini memiliki konsistensi dan dapat dipercaya kebenarannya sehingga apabila dilakukan pengumpulan data kembali, maka hasilnya akan sama.

### **Pemahaman Etika Bisnis Terhadap Keputusan Berwirausaha Generasi Z Di Era Digital dalam aspek Pemahaman Etika Bisnis**

Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman etika bisnis pada responden Generasi Z menunjukkan tingkat yang sangat tinggi dan konsisten positif. Hal ini terlihat dari dominasi jawaban pada kategori *Setuju* dan *Sangat Setuju* pada seluruh indikator variabel. Responden menunjukkan pengakuan yang kuat terhadap nilai kejujuran, keadilan, integritas, dan tanggung jawab sosial sebagai prinsip utama dalam menjalankan bisnis. Pernyataan mengenai pentingnya kejujuran memperoleh 75% kategori *Sangat Setuju*, menunjukkan bahwa Generasi Z memahami bahwa kejujuran merupakan fondasi reputasi dan keberlanjutan usaha di era digital. Selain itu, pemahaman mengenai dampak praktik curang terhadap reputasi juga sangat tinggi, dengan 80% responden menyatakan *Sangat Setuju*. Temuan ini mengindikasikan bahwa Generasi Z secara aktif menyadari risiko etis dalam bisnis digital, terutama terkait transparansi dan kepercayaan konsumen.

Aspek tanggung jawab sosial perusahaan juga dipahami dengan baik oleh responden, dimana 95% berada pada kategori *Setuju* dan *Sangat Setuju*. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memahami pentingnya kontribusi positif kepada lingkungan dan masyarakat. Pemahaman terhadap konsep keadilan dalam hubungan dengan pelanggan memperlihatkan pola yang serupa, dimana responden menilai bahwa pelayanan yang adil, transparan, dan tidak diskriminatif merupakan bagian penting dari etika bisnis modern. Kesadaran ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z sebagai kelompok yang kritis terhadap isu keberlanjutan, keadilan, serta praktik bisnis yang bertanggung jawab.

Tingkat pemahaman etika bisnis yang tinggi tersebut berpotensi memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Tingginya kesadaran etis akan mendorong Generasi Z untuk mempertimbangkan aspek moral, integritas, dan kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan, termasuk saat memulai bisnis di era digital. Dalam konteks ini, nilai-nilai etika menjadi landasan bagi mereka dalam merumuskan strategi usaha, mengelola hubungan dengan konsumen, serta menjalankan operasional bisnis secara profesional. Etika bisnis juga berperan sebagai pedoman yang membantu mencegah tindakan merugikan seperti manipulasi data, penipuan transaksi, atau penyalahgunaan platform digital.

Secara keseluruhan, tingginya pemahaman etika bisnis yang ditunjukkan oleh responden memberikan gambaran bahwa Generasi Z tidak hanya tertarik pada peluang ekonomi dari kewirausahaan digital, tetapi juga menunjukkan kesiapan moral yang memadai untuk membangun usaha yang berintegritas. Pemahaman yang kuat ini dapat menjadi faktor pendorong penting yang memperkuat keyakinan dan motivasi mereka dalam mengambil keputusan berwirausaha, serta meningkatkan peluang keberhasilan jangka panjang dalam menghadapi

tantangan kompetitif di era digital.

### **Pemahaman Etika Bisnis Terhadap Keputusan Berwirausaha Generasi Z Di Era Digital dalam aspek Keputusan Berwirausaha Generasi Z**

Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman etika bisnis yang dimiliki responden menunjukkan tingkat yang sangat baik, dan hal ini memberikan kontribusi penting terhadap kecenderungan mereka dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Generasi Z yang memiliki pemahaman tinggi tentang kejujuran, tanggung jawab sosial, keadilan, serta integritas tampak menunjukkan motivasi berwirausaha yang kuat. Data pada variabel Keputusan Berwirausaha menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki intensi yang positif untuk memulai usaha, di mana 50% responden sangat setuju dan 40% setuju bahwa mereka memiliki keinginan kuat untuk memulai usaha sendiri. Hal ini sejalan dengan tingginya kesadaran etis mereka, seperti pemahaman bahwa praktik curang dapat merusak reputasi dan pentingnya menerapkan etika dalam setiap keputusan bisnis.

Namun demikian, meskipun tingkat minat dan semangat untuk menjadi wirausahawan digital tergolong tinggi, terdapat variabilitas pada aspek keyakinan diri dan kesiapan memulai usaha. Sebagian responden masih berada pada kategori *netral* dalam hal kepercayaan diri mengelola usaha maupun niat membuka usaha dalam waktu dekat. Variasi ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman etika bisnis berperan positif dalam membentuk sikap dan kecenderungan berwirausaha, faktor lain seperti pengalaman, keterampilan manajerial, dan kesiapan finansial masih menjadi pertimbangan bagi Generasi Z.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman etika bisnis yang dimiliki Generasi Z, semakin kuat pula dorongan mereka untuk membuat keputusan berwirausaha yang bertanggung jawab dan berlandaskan nilai-nilai etis. Etika bisnis berfungsi sebagai pondasi dalam membentuk pola pikir kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada integritas serta keberlanjutan di era digital yang kompetitif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman etika bisnis memberikan pengaruh signifikan dalam mendukung kesiapan dan motivasi Generasi Z untuk berwirausaha, meskipun peningkatan kapasitas diri tetap diperlukan agar mereka lebih percaya diri dalam memulai dan mengelola usaha secara mandiri.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z memiliki pemahaman etika yang sangat baik, terutama dalam nilai kejujuran, tanggung jawab sosial, transparansi, keadilan, dan integritas saat menjalankan usaha. Hal ini tercermin dari mayoritas responden yang memberikan jawaban "Setuju" dan "Sangat Setuju" pada berbagai aspek etika bisnis. Pemahaman ini memberikan dampak positif terhadap keputusan mereka untuk berwirausaha di era digital, dengan minat dan motivasi yang kuat meskipun tingkat kepercayaan diri dalam mengelola usaha masih beragam. Generasi Z memandang kewirausahaan sebagai peluang karier yang menjanjikan, karena teknologi memudahkan akses informasi pemasaran, dan inovasi. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa nilai-nilai etika bisnis memengaruhi keputusan berwirausaha Generasi Z secara signifikan, membentuk perilaku wirausaha yang bertanggung jawab, profesional, dan berkelanjutan. Dengan demikian, pendidikan etika dan literasi kewirausahaan digital perlu terus diperkuat untuk mendukung terciptanya generasi wirausahawan muda yang berintegritas dan mampu berkontribusi positif dalam perkembangan ekonomi digital.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Ali, S. J., Christin, A., Smart, A., & Katila, R. (2023). Walking the Walk of AI Ethics: Organizational Challenges and the Individualization of Risk among Ethics Entrepreneurs. *2023 ACM*

- Conference on Fairness Accountability and Transparency*, 217–226. <https://doi.org/10.1145/3593013.3593990>
- Astuti, A., & Saputra, D. (2025). LITERASI DIGITAL BERETIKA UNTUK GENERASI Z: PENGABDIAN MASYARAKAT DALAM SEMINAR DARING TENTANG BISNIS BERKELANJUTAN. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Polmanbabel*, 5(02), 331–336.
- Banjarnahor, A. R., & Sari, O. H. (2023). Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z Melalui Literasi Digital Di Era Teknologi. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 132–143.
- Fernando, F., & Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, dan e-Commerce terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 99–106. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17171>
- Hutapea, M. N., Telaumbanua, R. I., Ramadha, R., Surbakti, O. M. B., Gerald, J., & Saragih, A. B. B. J. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Generasi Z Memulai Bisnis Sendiri. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 987–992. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5821>
- Indahsari, T., & Yuliati, A. (2022). Pengaruh E-Commerce Dan Mata Kuliah Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 452–471. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2356>
- Lim, Y. J., & Lemanski, J. (2020). A Generational War Is Launched with The Birth of Ok Boomer in The Digital Age. *The Journal of Society and Media*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.26740/jsm.v4n1.p1-15>
- Nugroho, S. D., & Hakim, L. N. (2022). Analisis Faktor Motivasi Berwirausaha Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Masyarakat Di Desa Batanghari Lampung Timur. *Kalianda Halok Gagas*, 4(2), 120–128. <https://doi.org/10.52655/khg.v4i2.28>
- Plekhanov, D., Franke, H., & Netland, T. H. (2023). Digital transformation: A review and research agenda. *European Management Journal*, 41(6), 821–844. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.09.007>
- Prioni Rahmanda Saputri. (2025). Perlindungan Privasi Digital dalam Era Digital : Analisis UU No. 19 Tentang Perubahan UU No. 11 Tahun 2008 pada Pemerintahan Joko Widodo. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 112–122. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i2.721>
- Setyaning Dwi Putra, F., Martha Yosephine Tita, H., Enas, U., Fajar, A., Widyo Sasongko, R., Irene Matitaputty, M., Aziz Hidayatuloh, A., Sri Wahyuni, N., Tri Nugraeni, D., & Ucu Rakhman, C. (t.t.). *KAPITA SELEKTA PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN (Dimensi, Prinsip dan Implementasi)*. [www.freepik.com](http://www.freepik.com)
- Yanuarini, D., & Masykur, M. (2024). Educational Transformation in The Digital Era. *PPSDP International Journal of Education*, 3(1), 68–76. <https://doi.org/10.59175/pijed.v3i1.189>