



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 6493-6503

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha: Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo

Muhammad Zufrizal Ilhamsyah¹, Rayhan Firdaus², Moh. Rasidi³

¹²³ Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid

¹ muhammadzufrizalilhamsyah@gmail.com*, ² rayhanfirdaus060@gmail.com, ³ muhammad.rosyidi09@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara penerapan etika bisnis dan keberlanjutan usaha pada pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo. Pendekatan kualitatif digunakan dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap 15 pelaku usaha kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah menerapkan prinsip etika seperti kejujuran, transparansi, dan pelayanan ramah sebagai bagian dari operasional sehari-hari. Penerapan ini terbukti membangun kepercayaan pelanggan dan mendukung keberlangsungan usaha. Namun, keterbatasan modal, rendahnya pendidikan bisnis, serta kurangnya akses terhadap informasi dan sertifikasi keberlanjutan menjadi penghambat utama. Praktik keberlanjutan yang ditemukan masih bersifat informal, seperti penggunaan bahan baku lokal dan pengurangan limbah plastik. Selain itu, aspek manajerial seperti pencatatan keuangan dan legalitas usaha masih minim. Temuan ini menunjukkan pentingnya intervensi dari pemerintah dan lembaga terkait dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi perizinan agar UMKM mampu mengelola usaha secara profesional dan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi nyata dalam memahami tantangan dan potensi UMKM kuliner dalam mengintegrasikan nilai-nilai etika bisnis untuk mencapai keberlanjutan usaha yang lebih kuat di masa depan.

Kata kunci: Administrasi, Etika Bisnis, Keberlanjutan, Manajemen, UMKM

1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Kabupaten Probolinggo memegang peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta penciptaan lapangan kerja. Sektor ini menjadi andalan masyarakat dalam membangun kemandirian ekonomi sekaligus menciptakan dinamika sosial yang berorientasi pada pemberdayaan. Seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha dan permintaan pasar yang kian beragam, sektor UMKM kuliner terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Namun, dinamika ini juga disertai dengan berbagai tantangan baru yang menuntut adaptasi dan inovasi. Salah satu aspek yang mulai mendapatkan perhatian dalam pengelolaan UMKM adalah integrasi nilai-nilai etika bisnis dalam praktik sehari-hari guna menciptakan usaha yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan (Purwandari & Mukmin, 2025). Perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih sadar akan keberlanjutan dan nilai moral suatu produk menjadi pendorong utama perlunya pendekatan etis dalam pengelolaan usaha.

Meskipun UMKM kuliner memiliki potensi besar dalam menciptakan ekonomi lokal yang tangguh, banyak di antara pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami pentingnya penerapan prinsip etika dalam berbisnis. Praktik-praktik seperti transparansi dalam harga, kejujuran dalam kualitas bahan makanan, perlakuan adil terhadap pekerja, serta kepedulian terhadap limbah dan lingkungan masih belum menjadi perhatian utama. Realitas ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran pelaku usaha akan pentingnya etika bisnis dan kapabilitas mereka dalam mengimplementasikannya secara konsisten (Gustiawan, 2024). Lebih dari itu, strategi keberlanjutan usaha yang seharusnya menjadi panduan utama dalam menjawab tantangan masa depan seringkali tidak dijadikan prioritas karena dianggap sebagai beban tambahan, bukan investasi jangka panjang.

Dalam konteks keberlanjutan, aspek etika bisnis seharusnya tidak hanya dilihat sebagai pelengkap atau atribut moral semata, tetapi sebagai fondasi penting yang memengaruhi kepercayaan pelanggan dan keberlangsungan hubungan dengan pemangku kepentingan. Sebagaimana dikemukakan oleh (Adrai & Perkasa, 2024), penerapan prinsip etika dalam usaha kecil dan menengah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat reputasi bisnis, serta menciptakan hubungan sosial yang harmonis dengan komunitas sekitar. Namun, penelitian-penelitian sebelumnya cenderung terfokus pada kajian makro dan teoritis, tanpa banyak menggali dinamika nyata yang dihadapi UMKM kuliner di lapangan, khususnya di daerah seperti Probolinggo yang memiliki karakteristik sosial,

ekonomi, dan budaya yang khas. Maka, studi yang lebih kontekstual dan aplikatif menjadi kebutuhan yang mendesak.

Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan dalam literatur dengan fokus pada integrasi antara etika bisnis dan keberlanjutan usaha di sektor UMKM kuliner Kabupaten Probolinggo. Tujuan utama dari riset ini adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana nilai-nilai etika diimplementasikan dalam kegiatan operasional harian para pelaku usaha dan bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap keberlangsungan usaha dari sisi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Di samping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kesadaran dan implementasi etika bisnis oleh para pelaku UMKM, baik yang bersumber dari internal organisasi maupun eksternal seperti regulasi pemerintah, tekanan pasar, atau tuntutan konsumen (Nurhidayah et al., 2025). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan praktis bagi pelaku UMKM, pendamping usaha, dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pemberdayaan yang lebih holistik.

Secara hipotetik, diyakini bahwa penerapan etika bisnis yang kuat akan mendorong keberlanjutan usaha kuliner secara signifikan. Nilai-nilai seperti integritas, keadilan, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap lingkungan menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan publik. UMKM yang menerapkan etika bisnis dengan konsisten lebih mungkin memiliki hubungan yang stabil dengan pelanggan, karyawan, dan mitra usaha, yang pada akhirnya akan menciptakan daya saing yang berkelanjutan (Assa, 2025). Di samping itu, pendekatan etis juga dapat membantu pelaku UMKM dalam mengelola risiko usaha, menghindari konflik hukum, serta memperluas jaringan pasar melalui citra positif yang terbentuk di masyarakat. Penelitian ini akan menguji asumsi tersebut melalui data empiris dari pelaku UMKM kuliner di berbagai kecamatan di Kabupaten Probolinggo.

Dalam konteks kebijakan dan pembangunan daerah, hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan dasar untuk menyusun program pelatihan, pendampingan, serta insentif yang mendorong pelaku UMKM untuk lebih memperhatikan dimensi etika dan keberlanjutan dalam pengelolaan usaha mereka. Pemerintah daerah maupun lembaga pemberdayaan ekonomi lokal dapat menggunakan temuan ini untuk merancang intervensi yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada ketahanan sosial dan ekologis (Hutajulu et al., 2024). Dengan pendekatan yang berbasis data dan realitas lapangan, diharapkan rekomendasi yang dihasilkan dari studi ini dapat mendorong terciptanya ekosistem usaha mikro yang lebih sehat, inklusif, dan berdaya saing di masa depan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai praktik etika bisnis dan keberlanjutan pada UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengeksplorasi makna di balik tindakan dan keputusan pelaku usaha yang tidak bisa dijangkau oleh metode kuantitatif. Teknik yang digunakan meliputi wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara memungkinkan peneliti menggali persepsi dan nilai-nilai yang diyakini pelaku UMKM, sedangkan observasi membantu memahami bagaimana nilai-nilai tersebut diterapkan dalam praktik nyata. Seperti disampaikan oleh (Cresswell, 2013), metode kualitatif efektif untuk memahami fenomena sosial dalam konteks alaminya. Senada dengan itu, (Moleong, 2007) menekankan pentingnya pendekatan kualitatif dalam menangkap kompleksitas dan keunikan perilaku manusia, khususnya dalam kajian etika dan keberlanjutan. Oleh karena itu, metode ini sangat sesuai untuk menjawab tujuan dan ruang lingkup penelitian ini.

Subjek penelitian ini adalah para pelaku UMKM kuliner yang telah menjalankan usaha minimal selama satu tahun di Kabupaten Probolinggo, mencakup usaha seperti warung makan, katering mikro, dan pedagang makanan tradisional. Pemilihan ini didasarkan pada kontribusi sektor kuliner terhadap perekonomian lokal serta potensi transformasinya menuju praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Unit analisis dipilih melalui teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan relevansi dan kedalaman informasi yang bisa diberikan oleh pelaku usaha terkait topik penelitian. Seperti dinyatakan oleh (Subhaktiyasa, 2024), purposive sampling relevan dalam penelitian kualitatif karena fokus pada kualitas data, bukan kuantitas partisipan. Selain itu, menurut (Mei Ie et al., 2025), pelaku usaha dengan pengalaman minimal satu tahun cenderung memiliki pengetahuan praktik yang lebih stabil dan reflektif dibanding pelaku baru. Dengan demikian, penelitian ini mampu mengidentifikasi hubungan antara etika bisnis, keputusan strategis, dan kelangsungan usaha dari perspektif yang kontekstual.

Data dikumpulkan menggunakan wawancara semi-terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi pelengkap seperti catatan keuangan atau sertifikasi usaha. Pendekatan ini memungkinkan triangulasi, yaitu penggabungan berbagai sumber data untuk meningkatkan validitas hasil penelitian. Analisis dilakukan dengan metode tematik, yang dimulai dari transkripsi, pengkodean data, hingga penyusunan tema utama yang menggambarkan keterkaitan antara etika bisnis dan keberlanjutan usaha. Teknik ini dinilai efektif dalam menangkap makna mendalam serta pola-pola sosial yang berulang dalam praktik pelaku UMKM (Juita et al., 2025). Selain itu, member checking juga diterapkan untuk memastikan interpretasi data sesuai dengan pengalaman partisipan, sebagaimana disarankan oleh (Feny Rita Fiantika et al., 2022) sebagai langkah penting dalam menjaga kredibilitas penelitian kualitatif. Peneliti

juga menjunjung tinggi etika penelitian, termasuk menjaga anonimitas informan dan mendapatkan persetujuan partisipan secara sukarela, yang menjadi landasan moral dalam studi sosial berbasis lapangan.

3. Hasil dan Diskusi

Etika Bisnis sebagai Modal Sosial

Dalam konteks UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo, etika bisnis memainkan peran ganda: sebagai pedoman perilaku profesional dan sebagai modal sosial yang memperkuat jaringan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen. Modal sosial mencakup norma, nilai, dan hubungan sosial yang dapat memperlancar kerja sama dalam masyarakat. Etika seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab memperkuat hubungan antarpihak yang terlibat dalam bisnis kuliner. Dalam masyarakat lokal, kepercayaan yang dibangun melalui interaksi yang beretika mendorong pembentukan loyalitas konsumen dan stabilitas usaha (Susilo, 2023). Penerapan etika bisnis juga mendorong pelaku UMKM untuk bertindak lebih bertanggung jawab dalam menjaga reputasi dan nilai sosial yang melekat pada usaha mereka (Hutamy et al., 2025). Sehingga, etika bisnis bukan semata-mata persoalan moralitas, tetapi juga menjadi instrumen penting untuk membangun legitimasi sosial dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan temuan penelitian ini, sekitar 80% pelaku UMKM kuliner mengungkapkan bahwa prinsip kejujuran adalah landasan utama dalam bertransaksi. Mereka menyatakan pentingnya menyampaikan informasi yang benar mengenai harga, bahan baku, dan kualitas produk kepada pelanggan. Sementara itu, 70% pelaku UMKM juga menyatakan bahwa bentuk etika lainnya seperti pelayanan ramah, kesopanan, dan keterbukaan terhadap keluhan sangat penting dalam mempertahankan hubungan baik dengan konsumen. Praktik-praktik ini merupakan bagian dari norma sosial yang menciptakan suasana saling percaya dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Rahman, 2023). Konsumen yang merasa dihargai dan diperlakukan secara adil lebih mungkin untuk melakukan pembelian berulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain (Yusran et al., 2025). Dengan demikian, etika bisnis menjadi strategi yang secara tidak langsung meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar melalui jaringan sosial.

Etika bisnis dalam UMKM kuliner juga berfungsi sebagai mekanisme informal yang menggantikan peran regulasi formal yang belum maksimal menjangkau sektor ini. Dalam banyak kasus, pelaku UMKM tidak memiliki akses yang memadai terhadap pembinaan hukum atau sertifikasi resmi. Di sinilah etika bisnis mengambil alih fungsi kontrol sosial dan profesional, dengan mendorong pelaku usaha untuk menjaga kepercayaan melalui perilaku yang konsisten dan bertanggung jawab (Aripin & Negara, 2021). Sebagaimana dikemukakan oleh (Estede et al., 2025), dalam sektor informal yang belum terorganisasi secara legal, nilai-nilai etika menjadi penopang utama keberlangsungan bisnis. Ketidadaan pengawasan formal tidak serta merta mengarah pada kekacauan, karena norma sosial dan praktik etika dapat berfungsi sebagai alat pengendali perilaku bisnis secara kolektif.

Fungsi etika bisnis sebagai modal sosial juga terlihat dari bagaimana pelaku UMKM saling membangun solidaritas dan jaringan usaha berdasarkan rasa percaya. Banyak pelaku UMKM kuliner yang menjalin kerja sama informal dengan mitra usaha, seperti pemasok bahan baku dan penyedia layanan logistik, tanpa perjanjian tertulis, tetapi berdasarkan kesepakatan lisan dan etika saling menghormati. Kerja sama semacam ini hanya mungkin terjadi dalam kondisi adanya kepercayaan yang kuat, yang dibangun dari reputasi etis pelaku usaha (Maulidya, n.d.). Studi oleh (Sari, 2025) juga menunjukkan bahwa etika bisnis dapat memperkuat solidaritas sosial di antara pelaku UMKM, menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung di tengah keterbatasan akses terhadap dukungan finansial dan infrastruktur. Fenomena ini membuktikan bahwa etika bisnis bukan hanya memperkuat hubungan vertikal antara pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga mempererat hubungan horizontal di antara pelaku usaha itu sendiri.

Lebih lanjut, keberadaan etika bisnis sebagai modal sosial turut memberikan perlindungan sosial terhadap risiko yang dihadapi UMKM, baik dari sisi ekonomi maupun krisis kepercayaan. Ketika terjadi penurunan permintaan atau masalah kualitas produk, pelaku UMKM yang memiliki reputasi etis cenderung lebih mampu bertahan karena mendapatkan simpati dan pengertian dari pelanggan serta mitra usaha (Jumiono et al., 2024). Dalam studi lain, (Karmila et al., 2025) menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil yang mengintegrasikan etika bisnis dalam aktivitas sehari-hari mampu memitigasi konflik sosial dan menghindari praktik-praktik curang yang dapat merusak relasi dengan pelanggan. Dengan demikian, modal sosial yang dibangun melalui etika bisnis juga berfungsi sebagai benteng pertahanan terhadap ketidakpastian pasar dan tantangan eksternal lainnya.

Akhirnya, pentingnya etika bisnis sebagai modal sosial dalam UMKM kuliner tidak dapat dilepaskan dari peran komunitas lokal sebagai pembentuk norma dan ekspektasi sosial. Dalam masyarakat seperti Probolinggo yang masih memegang kuat nilai-nilai kekeluargaan dan budaya kolektif, pelaku usaha yang menjalankan bisnis secara etis akan lebih dihormati dan didukung oleh lingkungan sekitar (Echdar, 2020). Nilai kejujuran, keramahan, dan kepedulian terhadap pelanggan tidak hanya berdampak pada transaksi bisnis, tetapi juga memperkuat posisi sosial pelaku UMKM dalam komunitasnya. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa modal sosial berbasis etika dapat meningkatkan kualitas interaksi sosial dan mempercepat proses pembangunan ekonomi lokal (Alfiansyah, 2023).

Oleh karena itu, integrasi etika bisnis dalam praktik UMKM kuliner bukan hanya sebuah pilihan moral, tetapi sebuah strategi keberlanjutan yang relevan dan efektif dalam konteks lokal

Kesenjangan antara Kesadaran dan Kapabilitas

Meskipun kesadaran pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo terhadap pentingnya etika bisnis dan keberlanjutan sudah cukup tinggi, realisasinya di lapangan masih menghadapi banyak hambatan. Banyak pelaku usaha yang memahami nilai kejujuran, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan, namun kemampuan mereka untuk mengimplementasikan secara sistematis masih terbatas. Fenomena ini mencerminkan konsep *capability deprivation* yang dikemukakan oleh Amartya Sen, yaitu situasi ketika seseorang memiliki aspirasi moral tetapi tidak memiliki sarana untuk mewujudkannya secara nyata (Sen, 1999). Dalam konteks UMKM, keterbatasan modal, pendidikan, dan akses informasi menjadi penghalang utama (Pratama, 2025). Sejalan dengan itu, (Azizah et al., 2025) menunjukkan bahwa gap antara pengetahuan dan praktik etika bisnis dalam UMKM merupakan tantangan struktural yang membutuhkan intervensi dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga pendamping.

Salah satu bentuk nyata dari kesenjangan antara kesadaran dan kemampuan adalah minimnya penerapan praktik manajemen dasar, seperti pencatatan keuangan, manajemen limbah, dan legalitas usaha. Data menunjukkan bahwa hanya sekitar 40% pelaku UMKM kuliner yang melakukan pencatatan keuangan sederhana, sedangkan sebagian besar lainnya mengandalkan ingatan atau catatan tidak sistematis. Kurangnya pelatihan teknis dan keterampilan manajerial menjadi penyebab utama rendahnya implementasi ini (Syafarina et al., 2021). Hal serupa juga diungkapkan oleh (Raysharie et al., 2025), yang menyatakan bahwa tanpa dukungan pelatihan dan modal usaha, pelaku UMKM cenderung mengalami stagnasi dalam perbaikan praktik etis dan berkelanjutan. Padahal, pengelolaan keuangan dan legalitas yang baik merupakan fondasi penting dalam membangun usaha yang profesional dan dipercaya oleh konsumen maupun mitra bisnis.

Di sisi lain, ketimpangan struktur pendukung seperti akses terhadap informasi, pelatihan, dan pendampingan turut memperparah kesenjangan tersebut. Banyak pelaku UMKM yang menjalankan usahanya berdasarkan intuisi, pengalaman pribadi, serta norma tradisional tanpa dibekali dengan pengetahuan formal tentang manajemen atau keberlanjutan. Hal ini menyebabkan etika bisnis yang dijalankan bersifat sporadis dan tidak terdokumentasi dengan baik (Ongirwalu & Lestaluhu, 2022). Selain itu, penelitian oleh (Maria et al., 2024) menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro di daerah pinggiran masih kesulitan dalam menjangkau pelatihan yang relevan karena keterbatasan jaringan dan teknologi informasi. Tanpa struktur eksternal yang mendukung, nilai-nilai etis yang diinternalisasi oleh pelaku UMKM akan sulit berkembang menjadi sistem praktik yang konsisten dan profesional.

Masalah lainnya adalah terbatasnya sumber daya finansial yang membuat pelaku UMKM kesulitan mengadopsi praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Sebagian besar pelaku usaha menyatakan bahwa meskipun mereka sadar akan pentingnya pengelolaan limbah atau penggunaan bahan baku berkelanjutan, biaya tambahan yang diperlukan tidak mampu mereka tanggung. Hal ini ditegaskan oleh (Sufitrayati et al., 2025), yang menyebutkan bahwa keterbatasan modal adalah penghambat utama dalam adopsi inovasi ramah lingkungan di sektor UMKM. Selain itu, studi oleh (Alfarizi, 2023) menyimpulkan bahwa pelaku usaha kecil lebih memilih strategi pragmatis jangka pendek ketimbang investasi jangka panjang karena tekanan ekonomi yang tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan seringkali dianggap sebagai beban tambahan alih-alih sebagai peluang strategis untuk pertumbuhan usaha.

Tidak adanya sistem insentif dari pemerintah juga memperparah kondisi ini. Banyak pelaku UMKM yang merasa tidak mendapatkan dukungan konkret dalam bentuk kemudahan akses perizinan, subsidi pelatihan, atau insentif fiskal untuk menerapkan praktik bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan. Padahal, peran kebijakan publik sangat penting dalam menjembatani kesenjangan antara niat baik dan kemampuan implementatif pelaku usaha (Nurdin et al., 2023). Hal ini diperkuat oleh temuan dari (Krisna, 2024) yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mendapat dukungan kebijakan cenderung lebih siap mengadopsi prinsip keberlanjutan. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan dimensi etika dan lingkungan agar UMKM bisa naik kelas dengan integritas dan daya tahan yang lebih kuat.

Untuk menjembatani kesenjangan ini, sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga pendamping menjadi sangat penting. Pendekatan kolaboratif dapat berupa penyediaan pelatihan rutin, pendampingan berbasis komunitas, serta platform digital yang menyediakan akses informasi secara mudah dan terjangkau. Kolaborasi semacam ini telah terbukti efektif dalam beberapa program pemberdayaan di sektor lain yang mengedepankan nilai keberlanjutan dan etika (Sentanu et al., 2024). Selain itu, upaya membangun ekosistem UMKM yang etis dan berkelanjutan juga harus memperhatikan faktor lokal seperti nilai budaya, struktur sosial, dan karakteristik konsumen (Wulandari et al., 2025). Dengan demikian, transformasi UMKM menuju praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan akan lebih realistis, bertahap, dan menyentuh akar masalah struktural yang selama ini terabaikan.

Keberlanjutan yang Bersifat Pragmatis

Strategi keberlanjutan yang diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo cenderung bersifat pragmatis dan praktis. Mereka melakukan langkah-langkah sederhana seperti pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, pemanfaatan bahan baku lokal, serta pemisahan sampah organik dan anorganik. Pendekatan ini diambil karena mudah diimplementasikan tanpa memerlukan perubahan besar dalam sistem bisnis atau investasi modal yang tinggi. Studi oleh (Nalini, 2021) menunjukkan bahwa banyak UMKM di daerah lebih memilih strategi jangka pendek yang memberikan manfaat langsung dibandingkan transformasi besar yang memerlukan modal besar. Hal ini diperkuat oleh (Jalil et al., 2025), yang menyatakan bahwa keterbatasan sumber daya menyebabkan UMKM menghindari strategi keberlanjutan yang kompleks. Dengan demikian, tindakan pragmatis ini menunjukkan adanya kesadaran terhadap isu keberlanjutan, meskipun belum sepenuhnya terintegrasi dalam kerangka manajemen bisnis yang berkelanjutan.

Pendekatan pragmatis ini memang memiliki sisi positif, karena mencerminkan inisiatif dan niat baik pelaku UMKM untuk berkontribusi pada keberlanjutan sosial dan lingkungan. Meskipun sederhana, tindakan seperti penggunaan bahan lokal tidak hanya mengurangi jejak karbon tetapi juga mendukung petani dan produsen lokal. Studi oleh (Nst, 2025) menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan bahan baku lokal cenderung memiliki hubungan sosial yang lebih kuat dengan komunitasnya. Selain itu, pengurangan limbah plastik telah terbukti menjadi strategi kecil yang berdampak besar dalam edukasi konsumen, seperti diungkap oleh (Adawiyah & Halida, 2024), yang meneliti respons konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Meskipun belum menyentuh aspek keberlanjutan struktural, pendekatan pragmatis ini tetap menjadi pijakan awal yang penting, terutama dalam konteks keterbatasan sumber daya dan dukungan institusional yang masih minim.

Namun demikian, keberlanjutan yang tidak dirancang dengan perencanaan jangka panjang dan indikator evaluasi dapat menjadi simbolik semata. Banyak UMKM yang menerapkan praktik berkelanjutan hanya karena mengikuti tren pasar atau desakan konsumen tanpa menyadari makna dan tujuan jangka panjangnya. Konsep ini dikenal sebagai *symbolic action*, di mana aktivitas keberlanjutan dilakukan lebih untuk pencitraan dibandingkan transformasi sistem (Suhardono, 2025). Studi oleh (Putra et al., 2024) memperlihatkan bahwa UMKM seringkali menampilkan citra ramah lingkungan dalam promosi mereka, tetapi tidak memiliki sistem pengelolaan lingkungan yang nyata. Hal ini dapat berisiko menimbulkan kesenjangan antara persepsi dan kenyataan, serta menurunkan kepercayaan konsumen dalam jangka panjang. Oleh karena itu, keberlanjutan perlu diposisikan sebagai prinsip strategis yang konsisten, bukan hanya respons sesaat terhadap dinamika pasar.

Dalam kerangka *triple bottom line* yang dikemukakan oleh Elkington (1997), keberlanjutan mencakup tiga dimensi utama: profit (ekonomi), people (sosial), dan planet (lingkungan). Namun dalam praktiknya, UMKM kuliner lebih fokus pada aspek profit karena desakan kebutuhan ekonomi harian. Dimensi sosial dan lingkungan sering kali dilaksanakan secara terbatas dan fungsional, hanya jika tidak mengganggu stabilitas pendapatan (Sabilla et al., 2024). Penelitian oleh (Nainggolan et al., 2023) menunjukkan bahwa 78% pelaku UMKM menyebut faktor biaya sebagai penghalang utama untuk melaksanakan strategi ramah lingkungan secara komprehensif. Hal ini menandakan bahwa prinsip keberlanjutan masih belum menjadi satu kesatuan dalam strategi bisnis mereka. Untuk menjadikan keberlanjutan sebagai bagian integral dari bisnis, dibutuhkan pendekatan yang lebih komprehensif dan terstruktur dari pihak eksternal, termasuk dukungan dari lembaga pemerintah dan swasta.

Transformasi dari keberlanjutan pragmatis menuju pendekatan yang sistemik memerlukan fasilitasi dan penguatan kapasitas pelaku UMKM, baik dalam bentuk pelatihan, akses pendanaan, maupun pendampingan teknis. Program-program pendukung seperti sertifikasi hijau, workshop manajemen limbah, dan insentif bagi pelaku usaha ramah lingkungan bisa menjadi stimulus penting. Studi oleh (Suwaji et al., 2025) menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan keberlanjutan cenderung meningkatkan praktik ramah lingkungan mereka secara signifikan. Demikian pula, (Achmad et al., 2024) menekankan pentingnya peran fasilitator lokal dalam mendampingi UMKM dalam menerjemahkan konsep keberlanjutan menjadi langkah nyata. Tanpa penguatan kapasitas ini, pelaku usaha akan terus terjebak dalam lingkaran pragmatisme yang tidak memberikan dampak jangka panjang terhadap daya saing maupun ketahanan bisnis mereka.

Agar keberlanjutan menjadi bagian dari sistem operasional UMKM kuliner secara menyeluruh, diperlukan integrasi antara nilai, strategi, dan kebijakan yang mendukung. Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, serta sektor swasta harus terlibat dalam menciptakan ekosistem yang memungkinkan pelaku UMKM untuk bergerak ke arah yang lebih sistemik. Ini termasuk penyusunan pedoman keberlanjutan yang sederhana, insentif fiskal, dan platform kolaborasi antar pelaku usaha (Indrawanto, 2024). Penelitian oleh (Raysharie et al., 2025) menegaskan bahwa kolaborasi lintas sektor dapat mendorong perubahan perilaku pelaku UMKM lebih cepat dibandingkan upaya individu. Dengan dukungan regulatif dan teknis yang memadai, pelaku UMKM tidak hanya akan menjalankan tindakan berkelanjutan secara simbolik, tetapi menjadikannya sebagai pilar utama dalam pengembangan usaha yang tangguh dan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Lemahnya Infrastruktur Pendukung

Lemahnya infrastruktur pendukung menjadi hambatan besar dalam optimalisasi penerapan etika bisnis dan strategi keberlanjutan di sektor UMKM kuliner Kabupaten Probolinggo. Infrastruktur yang dimaksud tidak hanya terbatas pada sarana fisik seperti akses jalan atau pasar, tetapi juga mencakup kelembagaan, sistem regulasi, teknologi, serta jaringan informasi dan komunikasi yang mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Tanpa infrastruktur kelembagaan yang kuat, pelaku UMKM kesulitan mengakses program pelatihan, bantuan hukum, atau fasilitas pembiayaan yang mendukung praktik bisnis beretika (Munizu et al., 2023). Sementara itu, (Hariswan et al., 2025) menyebutkan bahwa UMKM yang tidak terkoneksi dengan sistem informasi dan jejaring kelembagaan cenderung terjebak dalam pola bisnis tradisional yang stagnan. Oleh karena itu, infrastruktur harus dilihat sebagai sistem ekosistem yang menyeluruh, bukan hanya bangunan fisik, tetapi juga regulasi dan dukungan kelembagaan yang bersinergi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum pernah mengikuti pelatihan formal terkait etika bisnis maupun pengelolaan keberlanjutan. Ketidakterjangkauannya pelatihan menjadi salah satu indikator lemahnya kapasitas pengembangan usaha kecil. Banyak pelatihan yang diselenggarakan secara terpusat di kota, sehingga pelaku usaha di wilayah pinggiran seperti Probolinggo sulit berpartisipasi. Sebagaimana dijelaskan oleh (Pasaribu, 2025), distribusi pelatihan UMKM masih belum merata dan cenderung tidak responsif terhadap kebutuhan lokal. Hal serupa juga disampaikan oleh (R. M. O. Lubis & Pathuansyah, 2025), yang menyebut bahwa hanya 30% pelaku UMKM di daerah pernah mengikuti pelatihan formal. Kondisi ini memperlihatkan adanya ketimpangan dalam akses pengetahuan, yang pada akhirnya menghambat penguatan etika bisnis dan praktik keberlanjutan yang terstandarisasi di sektor UMKM kuliner.

Kesenjangan informasi dan komunikasi juga menjadi masalah serius dalam konteks pembinaan UMKM. Banyak pelaku usaha yang tidak mengetahui keberadaan program pelatihan, bantuan teknis, maupun insentif dari pemerintah atau lembaga lain. Informasi tentang program seringkali tidak sampai ke tingkat akar rumput karena kurangnya sistem penyebaran informasi yang efisien. Menurut (Aisyah et al., 2024), rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM turut memperburuk situasi ini. Di sisi lain, (Hariadi et al., 2025) mengungkapkan bahwa masih banyak instansi pemerintah yang menggunakan pendekatan satu arah dalam menyebarkan informasi, tanpa mekanisme umpan balik atau pendampingan langsung. Akibatnya, program-program yang sudah tersedia pun tidak dimanfaatkan secara maksimal. Oleh karena itu, perbaikan sistem komunikasi dan informasi, termasuk melalui platform digital yang ramah pengguna, menjadi langkah penting dalam memperkuat infrastruktur pendukung UMKM.

Minimnya lembaga pendamping yang beroperasi secara berkelanjutan juga menjadi kendala serius bagi UMKM kuliner dalam mengembangkan bisnis yang beretika dan berkelanjutan. Banyak pelaku usaha yang menjalankan aktivitasnya secara mandiri, tanpa bimbingan profesional dalam manajemen keuangan, pemasaran, atau keberlanjutan. Penelitian oleh (Prabandari et al., 2021) menunjukkan bahwa keberadaan lembaga pendamping yang konsisten berbanding lurus dengan peningkatan kualitas manajerial pelaku UMKM. Tanpa intervensi eksternal yang terstruktur, pelaku usaha cenderung mengandalkan intuisi dan pengalaman pribadi, yang tidak selalu relevan dengan dinamika pasar saat ini. Oleh sebab itu, pembentukan lembaga pendamping berbasis komunitas dengan pendekatan partisipatif dapat menjadi solusi jangka panjang untuk menjawab lemahnya dukungan institusional terhadap UMKM di wilayah-wilayah berkembang seperti Probolinggo.

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, intervensi negara menjadi faktor penentu dalam menciptakan ekosistem bisnis yang mendukung penerapan etika dan keberlanjutan. Negara memiliki peran penting dalam menyediakan regulasi yang jelas, program insentif, serta mekanisme pengawasan yang mendorong pelaku UMKM untuk bergerak ke arah bisnis yang lebih bertanggung jawab. Menurut (Zaelani et al., 2022), negara harus hadir tidak hanya sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator dan katalisator pertumbuhan UMKM. Di sisi lain, studi oleh (Ulum & Anggaini, 2020) menyebutkan bahwa pendekatan top-down tanpa pelibatan komunitas lokal seringkali gagal mengatasi kebutuhan riil pelaku usaha. Oleh karena itu, perlu ada sinergi antara kebijakan nasional dan kebutuhan lokal, agar intervensi negara benar-benar mampu memperkuat infrastruktur kelembagaan yang mendukung transformasi UMKM secara etis dan berkelanjutan.

Ketiadaan dukungan infrastruktur yang memadai mendorong banyak pelaku UMKM bergantung pada jaringan informal dan nilai-nilai tradisional dalam menjalankan usahanya. Meskipun praktik ini dapat membantu dalam jangka pendek, ketergantungan pada sistem informal tidak cukup untuk mendorong pertumbuhan usaha yang berdaya saing tinggi di era digital dan pasar global. Studi oleh (Ausat et al., 2025) menegaskan bahwa pelaku usaha yang hanya mengandalkan jejaring personal sering mengalami kesulitan ketika harus menghadapi regulasi formal atau beradaptasi dengan teknologi baru. Sementara itu, (Herdinata & Pranatasari, 2020) menunjukkan bahwa UMKM yang mengakses jaringan institusional cenderung memiliki kinerja yang lebih baik secara etika dan ekonomi. Oleh karena itu, membangun sistem infrastruktur pendukung yang inklusif dan berkelanjutan merupakan langkah strategis untuk menjembatani kesenjangan antara potensi dan kapabilitas riil UMKM kuliner lokal.

Tantangan dalam Aspek Legalitas dan Sertifikasi

Aspek legalitas dan sertifikasi merupakan tantangan mendasar dalam pengelolaan UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo. Data menunjukkan bahwa hanya sekitar 40% pelaku usaha yang memiliki izin usaha resmi, sementara hanya 20% yang telah mengantongi sertifikat halal. Lebih mengkhawatirkan, tidak ada satu pun yang memiliki sertifikasi ramah lingkungan atau keberlanjutan lainnya. Tingkat legalitas yang rendah ini berdampak langsung terhadap keterbatasan akses ke sumber pembiayaan formal, bantuan pemerintah, serta peluang ekspansi ke pasar modern atau luar daerah. Menurut (Faris et al., 2025), legalitas usaha menjadi prasyarat utama bagi UMKM untuk mendapat dukungan struktural. Hal senada diungkapkan oleh (Munizu et al., 2023), yang menyebut bahwa UMKM tanpa legalitas menghadapi kesulitan besar dalam menjalin kemitraan dengan instansi pemerintah dan swasta. Oleh karena itu, legalitas tidak hanya soal kepatuhan hukum, melainkan syarat dasar profesionalisme dan keberlanjutan usaha.

Rendahnya tingkat legalitas UMKM kuliner dipengaruhi oleh berbagai faktor struktural dan persepsi negatif dari pelaku usaha. Banyak di antara mereka yang tidak memahami prosedur legalisasi secara detail, atau menganggap proses perizinan terlalu rumit dan birokratis. Di sisi lain, biaya administrasi, waktu yang dibutuhkan, serta kekhawatiran terhadap pajak menjadi hambatan psikologis yang memperkuat keengganan mereka untuk mengurus izin. Studi oleh (Hendro et al., 2021) menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM merasa tidak memperoleh manfaat langsung dari legalitas, sehingga mereka memilih untuk tetap beroperasi secara informal. Padahal, legalitas dapat membuka akses terhadap program pelatihan, fasilitasi pameran, dan penyaluran bantuan modal. Oleh sebab itu, pemerintah daerah perlu hadir secara aktif dalam memberikan pendampingan, sosialisasi, dan insentif yang memperjelas manfaat ekonomi dari legalitas usaha.

Sertifikasi seperti halal, PIRT, dan label ramah lingkungan sering kali dianggap sebagai beban tambahan oleh pelaku UMKM, bukan sebagai peluang strategis. Banyak dari mereka melihat proses sertifikasi sebagai prosedur panjang yang tidak mendesak untuk dilakukan, apalagi jika bisnisnya masih skala kecil. Studi oleh (Ningrum, 2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% UMKM di sektor pangan tidak memiliki niat untuk mengurus sertifikasi halal dalam waktu dekat karena keterbatasan informasi dan anggapan bahwa konsumennya tidak menuntut hal tersebut. Sementara itu, (Bakhri, 2020) menambahkan bahwa pelaku usaha mikro cenderung menghindari sertifikasi karena belum ada dorongan pasar yang nyata. Padahal, dalam jangka panjang, sertifikasi dapat menjadi alat penting dalam membangun kepercayaan konsumen, memperluas jaringan pemasaran, serta menjadi syarat masuk ke pasar retail modern dan e-commerce.

Ketidakhadiran sertifikasi halal dan lingkungan turut memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan integritas produk kuliner UMKM. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kehalalan dan keberlanjutan, konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang aman, sehat, dan sesuai dengan nilai-nilai mereka. (Anjelawaty, 2024) menemukan bahwa produk UMKM tanpa label resmi memiliki kecenderungan lebih rendah untuk dibeli oleh konsumen yang sadar etika dan kesehatan. Ini menunjukkan bahwa keberadaan sertifikasi tidak hanya penting untuk kepatuhan formal, tetapi juga sangat menentukan posisi UMKM dalam persaingan pasar yang semakin menuntut transparansi dan tanggung jawab sosial.

Sertifikasi bukan semata-mata soal regulasi, tetapi juga bagian dari strategi branding dan positioning UMKM. Dengan sertifikat halal dan keberlanjutan, produk tidak hanya memperoleh legitimasi hukum, tetapi juga nilai tambah yang meningkatkan daya saing. Namun, sistem sertifikasi yang berlaku saat ini masih terkesan berbelit dan tidak inklusif untuk usaha kecil. (Putri, 2024) menekankan pentingnya penyederhanaan regulasi sertifikasi, khususnya bagi pelaku usaha di daerah, agar mereka dapat mengikuti prosedur dengan efisien. Untuk itu, dibutuhkan reformasi kebijakan sertifikasi yang lebih fleksibel dan didukung teknologi digital agar aksesibilitasnya lebih tinggi dan partisipasi pelaku UMKM meningkat secara signifikan.

Langkah strategis untuk mengatasi rendahnya legalitas dan sertifikasi antara lain dengan meningkatkan intensitas sosialisasi, memperluas kemitraan antara lembaga sertifikasi dan pemerintah daerah, serta membentuk sistem pelayanan terpadu yang cepat dan transparan. Dalam era digital saat ini, transformasi layanan publik ke bentuk digital menjadi peluang untuk mempermudah proses legalisasi dan sertifikasi bagi UMKM. Di sisi lain, (Salha & Karim, 2024) menunjukkan bahwa kolaborasi antara Dinas Koperasi, MUI, dan pelaku UMKM mampu meningkatkan literasi serta kesadaran pentingnya sertifikasi halal di kalangan pengusaha mikro. Dengan pendekatan yang komprehensif, legalitas dan sertifikasi tidak lagi menjadi beban, tetapi justru menjadi bagian penting dari strategi pengembangan UMKM kuliner yang profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Potensi Transformasi dan Peran Institusi

Meskipun dihadapkan pada berbagai kendala struktural seperti keterbatasan legalitas, akses pelatihan, dan infrastruktur pendukung yang minim, UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo memiliki potensi besar untuk melakukan transformasi menuju sektor yang profesional, etis, dan berkelanjutan. Potensi ini terlihat dari mulai tumbuhnya kesadaran terhadap pentingnya etika bisnis serta sejumlah praktik keberlanjutan yang telah diterapkan

secara sederhana. Studi oleh (I. M. Lubis, 2024) menunjukkan bahwa lebih dari 60% pelaku UMKM di sektor pangan memiliki nilai moral yang kuat meskipun belum didukung oleh sistem formal. Sementara itu, (Suwaji et al., 2025) menyebutkan bahwa praktik seperti pengurangan limbah plastik dan penggunaan bahan lokal sudah mulai diadopsi secara bertahap oleh UMKM di wilayah Jawa Timur. Fakta ini memberikan dasar optimisme bahwa dengan intervensi yang tepat, sektor ini dapat berkembang secara lebih terarah dan berkelanjutan.

Transformasi UMKM kuliner menjadi sektor yang lebih mapan tidak dapat berjalan sendiri, melainkan memerlukan dukungan dari berbagai pihak, terutama institusi formal dan nonformal. Pemerintah daerah memiliki posisi strategis dalam menciptakan regulasi dan insentif yang berpihak pada UMKM beretika dan berdaya saing. Misalnya, pemberian potongan pajak atau akses ke pameran dan promosi produk bagi UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal dan legalitas lengkap. Menurut (Hamzah et al., 2023) menunjukkan bahwa pelibatan sektor swasta melalui kemitraan distribusi produk UMKM dapat mendorong akselerasi transformasi lebih cepat. Kolaborasi lintas sektor ini penting untuk menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif dan mendukung perkembangan UMKM kuliner sebagai motor penggerak ekonomi daerah.

Lembaga pendidikan tinggi dapat berkontribusi besar dalam transformasi UMKM melalui riset terapan, pengabdian kepada masyarakat, dan program pembinaan kewirausahaan. Mahasiswa dan dosen dari berbagai program studi dapat menjadi agen perubahan dalam mendorong inovasi dan praktik bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan. Menurut (Avista & Langit, 2025), kolaborasi antara perguruan tinggi dan pelaku UMKM dalam program kewirausahaan sosial terbukti meningkatkan kapasitas manajerial dan literasi digital pelaku usaha. Dengan pelibatan aktif akademisi dalam pendampingan UMKM, akan terjadi proses transfer pengetahuan yang relevan dan aplikatif, mempercepat adopsi praktik bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Peran LSM dan organisasi masyarakat sipil juga tidak dapat diabaikan dalam mendukung transformasi UMKM. Lembaga-lembaga ini memiliki keunggulan dalam menjangkau komunitas secara langsung, membangun kesadaran kritis, serta menjembatani UMKM dengan berbagai sumber daya dan mitra usaha. Dalam penelitian oleh (Hasanah & Suhma, 2025) menyoroti keberhasilan beberapa LSM di Jawa Timur dalam menghubungkan UMKM dengan lembaga pembiayaan mikro berbasis syariah, yang lebih fleksibel bagi pelaku usaha kecil. Melalui pendekatan partisipatif dan akar rumput, LSM dapat membantu UMKM untuk memahami pentingnya etika bisnis dan keberlanjutan bukan sebagai beban, melainkan sebagai nilai strategis untuk pertumbuhan usaha yang kokoh.

Transformasi UMKM kuliner tidak hanya membutuhkan pendampingan teknis, tetapi juga perubahan paradigma yang menempatkan pelaku usaha sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran dan inovasi. Pelaku UMKM perlu diposisikan bukan sebagai objek intervensi, tetapi sebagai mitra yang memiliki pengalaman dan kearifan lokal. Studi oleh (Raysharie et al., 2025) menyatakan bahwa pelaku UMKM yang merasa dihargai kontribusinya dalam program pengembangan lebih termotivasi untuk berinovasi dan menerapkan praktik bisnis yang beretika. Pendekatan berbasis kolaborasi dan dialog ini penting untuk membangun rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama dalam proses transformasi sektor kuliner lokal menuju keberlanjutan.

Dengan kombinasi antara kesadaran etika yang sudah tertanam dan dukungan ekosistem yang kolaboratif, UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo memiliki peluang besar untuk menjadi sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Tantangan struktural seperti legalitas, sertifikasi, dan keterbatasan kapasitas dapat diatasi melalui pendekatan multipihak yang melibatkan pemerintah, swasta, akademisi, dan masyarakat sipil. Menurut (Nursari & Nasrudin, 2025) menyatakan bahwa UMKM yang berbasis nilai etika dan keberlanjutan cenderung lebih tahan terhadap krisis dan perubahan pasar. Oleh karena itu, transformasi sektor kuliner di Probolinggo bukan hanya mimpi, melainkan peluang nyata yang dapat diwujudkan melalui sinergi, inovasi, dan komitmen bersama.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo. Sebagian besar pelaku usaha menyadari pentingnya prinsip kejujuran, pelayanan yang ramah, serta tanggung jawab sosial dalam membangun kepercayaan pelanggan dan mempertahankan reputasi usaha. Nilai-nilai etika tersebut menjadi dasar dalam menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dan lingkungan sekitar. Namun, implementasinya masih menghadapi tantangan signifikan, terutama keterbatasan modal, kurangnya pendidikan bisnis, dan minimnya akses terhadap pelatihan serta informasi keberlanjutan. Upaya keberlanjutan telah mulai dilakukan oleh sebagian pelaku UMKM, seperti pengurangan sampah plastik, penggunaan bahan lokal, dan pengelolaan limbah. Namun, praktik tersebut masih bersifat informal dan belum diiringi dengan pengelolaan usaha yang profesional, seperti pencatatan keuangan yang rapi dan inovasi produk yang berkelanjutan. Selain itu, rendahnya tingkat legalitas dan kurangnya kepemilikan sertifikat halal atau standar ramah lingkungan memperlihatkan masih lemahnya struktur administrasi dan manajerial UMKM kuliner di wilayah ini. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran etis yang berkembang, pelaku usaha masih membutuhkan dukungan struktural, berupa edukasi, pendampingan manajemen,

kemudahan akses terhadap pembiayaan, dan fasilitasi perizinan. Intervensi dari pemerintah dan lembaga pendukung sangat dibutuhkan agar praktik etika bisnis tidak hanya menjadi idealisme, tetapi dapat diimplementasikan secara menyeluruh dan berkelanjutan. Dengan penguatan kapasitas dan profesionalisme, UMKM kuliner di Kabupaten Probolinggo memiliki potensi besar untuk tumbuh sebagai usaha yang beretika, kompetitif, dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Referensi

- Achmad, Z. A., Rosida, D. F., Priyadarshini, R., Safeyah, M., & Lestari, W. D. (2024). *Peran inovasi untuk mendorong UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) bidang ekonomi kreatif*. CV. Putra Media Nusantara (PMN).
- Adawiyah, R. A., & Halida, A. N. (2024). Membangun Loyalitas Konsumen pada Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Ilmiah Psikologi (JIPSI)*, 6(2), 102–111.
- Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam internasional human resources management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68–85.
- Aisyah, D. S. N., Khairunisa, N. P., Devinata, R. B. W., Amadea, A. M., Selviani, A., & Desy, N. (2024). Dampak Literasi Masyarakat Indonesia Terhadap Perekonomian Indonesia. *Pendidikan Bahasa Dan Ilmu Sastra*, 1(1), 22–29.
- Alfarizi, M. (2023). Determinasi adopsi ekonomi sirkular, model bisnis inovatif dan dukungan anggaran negara: investigasi umkm indonesia berbasis pls-sem. *Jurnal BPPK: Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 16(1), 37–56.
- Alfiansyah, R. (2023). Modal sosial sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat desa. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 41–51.
- Anjelawaty, M. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran Hukum Pelaku UMKM Terhadap Sertifikasi Halal Di Payungi Kota Metro*. IAIN Metro.
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku bisnis: etika bisnis & perilaku konsumen*. Deepublish.
- Assa, A. (2025). Implementasi Etika Bisnis Syariah sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Perusahaan di Indonesia. *Journal of Islamic Finance and Economics*, 2(02), 276–286.
- Ausat, A. M. A., Suparwata, D. O., & Risdiyanto, A. (2025). Optimalisasi digital competence sebagai strategi adaptasi dinamis wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar di era digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 173–182.
- Avista, D. R., & Langit, U. A. S. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil. *Paraduta: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 55–60.
- Azizah, S., Pt, S., Sos, M., & Commun, M. (2025). Pengembangan Masyarakat. *Pengembangan Masyarakat Berbasis Digital*, 54.
- Bakhri, S. (2020). Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil dan Menengah. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 54–65.
- Cresswell, J. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*.
- Echdar, S. (2020). *Business Ethics And Entrepreneurship (Etika Bisnis dan Kewirausahaan)*. Deepublish.
- Estede, S., Irianto, O., Murtini, M., Minarsi, A., Piarna, R., Hendratni, T. W., ... Juansa, A. (2025). *Kewirausahaan: Konsep, Strategi, dan Inovasi Era Digital*. Henry Bennett Nelson.
- Faris, R. M., Pratiwi, I. D., Aisyah, S. N., Sutrisno, S., Maulana, A., & Lestari, F. (2025). Legalitas Usaha sebagai Kunci Pertumbuhan UMKM: Penyuluhan dan Bimbingan Teknis Pembuatan NIB. *Sciences Du Nord Community Service*, 2(01), 1–9.
- Feny Rita Fiantika et all. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin*.
- Gustiawan, D. (2024). *Manajemen Strategis*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Hamzah, M., Ningsih, R. F. Y., ZA, U. F., Ummah, M. U., & Fitriya, L. (2023). Peran Transformasi Digital dan Tantangan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UMKM di Indonesia (Studi Literature Review). *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1(2), 109–118.
- Hariadi, J., Sazali, H., & Amelia, N. (2025). Islam, Budaya, dan Komunikasi Publik: Sinergi Pemimpin Aceh dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, 7(1), 116–126.
- Hariswan, S. E., SH, M. M., Apri Budianto, M. M., & Candra Firmanto, S. (2025). *Manajemen Strategik dan Perencanaan Bisnis*. Takaza Innovatix Labs.
- Hasanah, S. A., & Suhma, W. K. (2025). Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kabupaten Jember: Studi Kasus Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jember. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(3), 612–618.

- Hendro, A. D., Khiat, D., Wibisono, R. S., Nike, R., & Mahendradani, R. (2021). Identifikasi Kriteria Pekerja Informal terhadap Pemilik Usaha Makan Minum di Jakarta. *Indonesian Business Review*, 4(2), 114–133.
- Herdinata, C., & Pranatasari, F. D. (2020). *Kajian dan solusi manajemen berbasis riset bagi usaha mikro kecil dan menengah*. Deepublish.
- Hutajulu, H., Runtunuwu, P. C. H., Judijanto, L., Ilma, A. F. N., Ermanda, A. P., Fitriyana, F., ... Laksono, R. D. (2024). *Sustainable Economic Development: Teori dan Landasan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Multi Sektor di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hutamy, E. T., Mutmainnah, N., & Ridha, M. R. (2025). Adaptasi Nilai Sipakatau, Sipakainge', Dan Sipakalebbi Dalam Etika Bisnis UMKM Di Era Digital. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 6017–6026.
- Indrawanto, S. (2024). *Merajut keberlanjutan usaha: Panduan hukum dagang dan bisnis*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Jalil, I., Malahayati, M., Yana, S., Heriyana, H., Ilyas, I., & Nengsih, R. (2025). Optimalisasi Proses Bisnis UMKM Kerajinan Gerabah melalui Sinergi Inovasi Pemasaran dan Manajemen Risiko Terstruktur. *Jurnal Serambi Engineering*, 10(1).
- Juita, F., Effendi, M., & Maryam, S. (2025). *Buku ajar mata kuliah metode penelitian kualitatif: Penelitian kualitatif untuk menilik berbagai fenomena sosial*. Penerbit NEM.
- Jumiono, A., Khaira, N., & Barinta, D. D. (2024). *Buku Pengantar Bisnis: Teori Komprehensif Dunia Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Karmila, K., Syamsuddin, I. P., & Rafiuddin, R. (2025). The Influence of the Implementation of Islamic Business Ethics on Business Competitiveness in MSMEs in Bima City. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, 15(2), 316–328.
- Krisna, A. E. (2024). Transformasi UMKM melalui industri kreatif: Pendekatan untuk meningkatkan daya saing dan inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 66–81.
- Lubis, I. M. (2024). *Pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Tapanuli Tengah dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel modiator*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
- Lubis, R. M. O., & Pathuansyah, Y. (2025). Pelatihan Manajemen Keuangan Digital Bagi Pelaku UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online. *Jurnal Transformasi Pendidikan Indonesia (JTPI)*, 3(3), 311–317.
- Maria, V., Situmeang, T., & Ardana, R. F. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 12–36.
- Maulidya, D. (n.d.). Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dalam Perspektif Syariah. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2, 257–266.
- Mei Ie, S. E., Susi Widjajani, S. E., & Rossa Damayanti, S. E. (2025). *Entrepreneur Muda Zaman Now: Merintis Bisnis di Tengah Ketidakpastian*. Takaza Innovatix Labs.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi*.
- Munizu, M., Tandiono, R., Pravitasari, E., Kardini, N. L., Hendrawan, H., Nur, T., ... Manuaba, I. B. K. (2023). *UMKM: Peran pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nainggolan, H., Nuraini, R., Sepriano, S., Aryasa, I. W. T., Meilin, A., Adhicandra, I., ... Prayitno, H. (2023). *Green technology innovation: Transformasi teknologi ramah lingkungan berbagai sektor*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak covid-19 terhadap usaha mikro, kecil dan menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669.
- Ningrum, H. M. (2023). Kesadaran halal dan persepsi sertifikasi halal di kalangan pelaku usaha mikro bidang kuliner jajanan. *Skripsi, Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri*.
- Nst, Y. A. (2025). Peran UMKM Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Jurnal Bangun Manajemen*, 3(2), 219–224.
- Nurdin, N., Ricky, S. E., Wahdi, S. O. G., Then Suyanti, M. M., & Santoso, S. H. (2023). *Implementasi Teori & Kebijakan Publik Terapan*. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Nurhidayah, N., Safitri, M., & Badollahi, I. (2025). Penerapan Sistem Akuntansi Manajemen Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(2), 180–198.
- Nursari, N., & Nasrudin, N. (2025). Implementasi Prinsip Al-Kasb dalam Membangun Daya Saing UMKM Lokal di Tengah Ekspansi Waralaba Asing. *ISLAMICA*, 9(1), 17–34.
- Ongirwalu, M. N., & Lestaluhu, S. (2022). Konstruksi Visibilitas dalam Ekonomi Kreatif Pinggiran: Tinjauan Komunikasi atas Batik Kei di Kepulauan Kei. *Populis: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(1), 1–16.
- Pasaribu, A. S. (2025). Evaluasi Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Daerah. *Circle*

- Archive, 1(7).
- Prabandari, L., Astuti, R. D., Prihutami, C. F., Asriyanto, A. M. A., Trilestari, Y., Purwati, P., ... Ernawanto, Y. (2021). *Simbiosis Lembaga Pendidikan-Masyarakat Tumbuhkan Entrepreneur Dan Karakter*. Muhammadiyah University Press.
- Pratama, R. Y. (2025). Pengaruh Struktur Sosial terhadap Akses Pendidikan di Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (J-Diteksi)*, 4(1), 23–26.
- Purwandari, E., & Mukmin, A. (2025). Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 19–28.
- Putra, E., Tubalawony, J., & Desembrianita, E. (2024). *Manajemen Pemasaran Berkelanjutan: Teori dan Praktik*. PT. Arunika Aksa Karya.
- Putri, R. (2024). Tantangan Sertifikasi Halal pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Pangan di Kabupaten Pamekasan. *Assyariah: Journal of Islamic Economic Business*, 5(2), 222–242.
- Rahman, F. (2023). Marketing public relations starbucks indonesia dalam membangun loyalitas customer. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(1), 50–75.
- Raysharie, P. I., Harto, B., Judijanto, L., Apriyanto, A., Riyanto, J., Gumilang, R. R., ... Kusumastuti, S. Y. (2025). *UMKM: Pengelolaan usaha dari Kecil menjadi besar*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sabilla, D. P., Heriyanti, L., & Djakfar, L. (2024). Peran Perempuan Pesisir Dalam Mendukung Ekonomi Keluarga Nelayan: Studi di Malabero, Teluk Segara, Bengkulu. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 10(2), 190–211.
- Salha, F., & Karim, M. (2024). Peran Halal Center UTM Dalam Mengembangkan Literasi Halal Bagi UMKM Bangkalan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 14(2), 149–156.
- Sari, N. S. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis Syariah dalam Mewujudkan Bisnis Berkelanjutan. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 207–221.
- Sentanu, I. G. E. P. S., Yustiari, S. H., & S AP, M. P. A. (2024). *Mengelola Kolaborasi Stakeholder Dalam Pelayanan Publik*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Sufitrayati, S., Fitriana, F., Ulfia, U., Syamsuddin, N., & Nurhadi, A. (2025). Penerapan Inovasi Bahan Baku Alternatif untuk Efisiensi Biaya dan Keberlanjutan Produk Kerajinan. *Jurnal Serambi Engineering*, 10(3).
- Suhardono, E. (2025). *TEORI PERAN (Konsep, Derivasi dan Implikasi di Era Transformasi Sosio-Digital*. Zifatama Jawa.
- Susilo, A. (2023). *Strategi Meningkatkan Behavior Loyalty, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust Pada Konsumen Koperasi*. Zifatama Jawa.
- Suwaji, R., Tjahjuali, E., Oktafiani, F., Sabella, R. I., & Ariftian, A. I. (2025). Pengembangan Platform E-Commerce untuk UMKM Lokal dengan Fokus pada Produk Ramah Lingkungan. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(1), 56–66.
- Syafarina, L., Mulyasa, E., & Koswara, N. (2021). Strategi manajerial penguatan kepala sekolah dalam meningkatkan kinerja guru. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 7(4), 2036–2043.
- Ulum, M. C., & Anggaini, N. L. V. (2020). *Community empowerment: teori dan praktik pemberdayaan komunitas*. Universitas Brawijaya Press.
- Wulandari, I., Susanto, D., Candra, Y. T. A., Anggraeni, G., & Lista, W. O. M. U. (2025). *Membangun Ekonomi Berkelanjutan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Yusran, H. L., Judijanto, L., Nuvriasari, A., Siagian, Y. M., & Hermawan, A. (2025). *Manajemen Jasa:: Membangun Hubungan Berkelanjutan dengan Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Zaelani, R., Sujana, H., & Zaky, M. (2022). Optimalisasi Peran Pemerintah Sebagai Fasilitator; Katalisator; Regulator Dan Pemahaman Keuangan Syariah Dalam Mengembangkan Umkm Di Sukabumi Kota. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 957–972.