



ISSN-P 2599-2708
ISSN-E 2654-8526

Volume 9 Nomor 2, Desember 2025

DOI: <https://doi.org/10.37726/ee.v9i2.1670>

Pengaruh Ekonomi Digital dan Etika Bisnis Islami Terhadap Pembangunan Ekonomi

Selly Kudrati Ningsih^{1*}, Airul Syahrif², Adawiyah Asti Khalil³, Salsabila⁴

^{1,2,3,4} Universitas Negeri Makassar

Jl. A. P. Pettarani, Tidung, Rappocini, Makassar, 90222 Indonesia

^{1*}selly.kudrati@unm.ac.id

²airul.syahrif@unm.ac.id

³adawiyah.asti@unm.ac.id

⁴salsabila@unm.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini muncul dari kebutuhan mendesak untuk mentransformasi ekonomi digital dan menerapkan etika bisnis Islami demi mendukung pembangunan ekonomi, terutama dalam konteks UMKM berbasis syariah di Indonesia. Digitalisasi telah menjadi salah satu pendorong utama pembangunan ekonomi, sementara etika bisnis Islami berperan sebagai fondasi moral dan tata kelola usaha yang adil. Namun, data menunjukkan bahwa adopsi digital di kalangan UMKM masih terbatas, terutama di daerah pedesaan, meskipun jumlah unit usaha syariah, khususnya di sektor perdagangan makanan dan minuman halal, terus meningkat. Ini menimbulkan pertanyaan tentang seberapa besar kontribusi ekonomi digital dan etika bisnis Islami terhadap pembangunan ekonomi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan sumber terkait lainnya. Analisis dilakukan melalui regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu ekonomi digital (X_1) dan etika bisnis Islami (X_2), terhadap pembangunan ekonomi (Y). Hasil regresi menunjukkan model yang signifikan dengan nilai $R^2 = 0,999$, yang berarti model ini dapat menjelaskan 99,9% variasi dalam pembangunan ekonomi. Nilai uji F dengan signifikansi $p < 0,001$ menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap pembangunan ekonomi. Secara parsial, ekonomi digital memiliki koefisien sebesar 0,1586 dengan $p\text{-value}$ 0,003, yang menunjukkan pengaruh positif meskipun relatif kecil. Di sisi lain, etika bisnis Islami memiliki koefisien yang lebih besar, yaitu 2,1316 dengan $p\text{-value}$ 0,000, yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pembangunan ekonomi. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islami menjadi faktor yang lebih dominan dalam mendukung pembangunan ekonomi dibandingkan dengan aspek digitalisasi. Namun, penguatan kapasitas digital tetap diperlukan agar UMKM syariah dapat meningkatkan daya saing dan memberikan kontribusi yang optimal. Dengan

EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan), Volume 9, Nomor 2, Desember 2025

<https://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/EKSISBANK/>

ISSN: 2654-8526 (Media Online) 2599-2708 (Media Cetak)

demikian, penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara inovasi teknologi digital dan penerapan etika bisnis Islami dalam mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. **Kata kunci:** Ekonomi digital, etika bisnis Islami, pembangunan ekonomi, UMKM syariah

ABSTRACT

This research arises from the urgent need to transform the digital economy and implement Islamic business ethics to support economic development, especially in the context of Sharia-based MSMEs in Indonesia. Digitalisation has become one of the main drivers of economic growth, while Islamic business ethics serves as a moral foundation and fair business governance. However, data shows that digital adoption among MSMEs is still limited, especially in rural areas, even though the number of Sharia business units, particularly in the halal food and beverage trade sector, continues to increase. This study examines the contribution of the digital economy and Islamic business ethics to economic development using a quantitative approach with secondary data from the Central Statistics Agency (BPS) and other relevant sources, analyzed through multiple linear regression. The results indicate that the model is highly significant, with an R² value of 0.999, meaning that 99.9% of the variation in economic development can be explained by the independent variables. The F-test (p < 0.001) confirms that the digital economy and Islamic business ethics jointly have a significant effect on economic development. Partially, the digital economy shows a positive but relatively modest influence, with a coefficient of 0.1586 (p = 0.003), while Islamic business ethics demonstrates a much stronger and statistically significant effect, with a coefficient of 2.1316 (p = 0.000). These findings suggest that although digitalisation contributes to economic development, the application of Islamic business ethics plays a more dominant role in supporting and enhancing economic development. However, strengthening digital capacity is still needed so that Islamic MSMEs can increase their competitiveness and make optimal contributions. Thus, this study emphasises the importance of synergy between digital technology innovation and the application of Islamic business ethics in driving sustainable economic growth.

Keywords: Digital economy, Islamic business ethics, economic development, Islamic MSMEs.

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia dalam dekade terakhir telah menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Menurut laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS), nilai transaksi *e-commerce* pada tahun 2023 telah melampaui Rp 400 triliun, yang merupakan peningkatan signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Digitalisasi ini mendorong para pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi masyarakat. UMKM, yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional, berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar

97% tenaga kerja (Badan Pusat Statistik, 2023). Oleh karena itu, transformasi UMKM ke arah digital menjadi salah satu strategi kunci untuk memperkuat ketahanan ekonomi Indonesia. Namun, perkembangan ekonomi digital tidak hanya membawa peluang, tetapi juga tantangan, terutama dalam hal etika bisnis. Berbagai masalah muncul dalam praktik perdagangan digital, seperti penipuan transaksi, manipulasi harga, eksplorasi pekerja di sektor *gig economy*, dan lemahnya perlindungan konsumen. Masalah-masalah ini menunjukkan adanya kesenjangan antara percepatan teknologi dan penerapan nilai moral serta etika dalam dunia bisnis. Dalam konteks Islam, keberhasilan bisnis tidak hanya

diukur dari keuntungan material, tetapi juga dari kepatuhan terhadap prinsip syariah seperti kejujuran (*shiddiq*), *amanah*, keadilan (*adl*), dan profesionalisme (*fathanah*).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi hubungan antara ekonomi digital dan pertumbuhan UMKM. Contohnya, (Halida and Wilantini, 2022) menemukan bahwa digitalisasi secara signifikan meningkatkan akses pasar bagi UMKM. Penelitian lain oleh (Thathsarani and Jianguo, 2022) menyoroti bagaimana adopsi teknologi digital dapat memperluas inklusi keuangan di kalangan pelaku usaha kecil. Di sisi lain, kajian tentang etika bisnis Islam lebih banyak berfokus pada praktik konvensional UMKM, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian Ihram, Fajar & Ridwan (2024) yang menekankan pentingnya prinsip *amanah* dan *shiddiq* dalam membangun kepercayaan konsumen. Namun, penelitian yang secara khusus menggabungkan analisis data empiris mengenai ekonomi digital dengan perspektif etika bisnis Islami masih sangat terbatas. Inilah yang menjadi celah penelitian dalam studi ini.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekonomi digital dan etika bisnis Islami terhadap pembangunan ekonomi di Indonesia, baik secara parsial maupun simultan, guna melihat sejauh mana transformasi digital dan penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional. Data sekunder yang digunakan bersumber dari BPS, termasuk Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS), Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS), serta Statistik *E-commerce*. Analisis dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan dilengkapi telaah normatif terhadap prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam. Urgensi penelitian ini terletak pada upaya memberikan

alternatif solusi atas permasalahan etika dalam digitalisasi UMKM. Jika transformasi digital tidak diimbangi dengan penerapan nilai-nilai Islami, maka pertumbuhan UMKM berpotensi tidak berkelanjutan, bahkan dapat menimbulkan ketidakadilan sosial-ekonomi. Dengan mengintegrasikan perspektif Islam dalam pembangunan ekonomi digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literasi digital berbasis syariah, sekaligus mendukung kebijakan publik dalam memperkuat peran UMKM sebagai motor pembangunan ekonomi yang adil, inklusif, dan berkelanjutan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Ekonomi Digital

Ekonomi digital merujuk pada aktivitas ekonomi yang memanfaatkan teknologi digital, internet, dan *platform* daring dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. OECD (2020) mendefinisikan ekonomi digital sebagai sistem ekonomi yang berbasis pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang terintegrasi dengan aktivitas bisnis. Dalam konteks UMKM, ekonomi digital berperan sebagai sarana untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing usaha.

Di Indonesia, pengukuran ekonomi digital dilakukan oleh Badan Pusat Statistik melalui beberapa indikator utama, antara lain nilai transaksi *e-commerce*, tingkat adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha, serta kontribusi sektor informasi dan komunikasi terhadap produk domestik bruto (Badan Pusat Statistik, 2023). Indikator-indikator tersebut mencerminkan intensitas pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan ekonomi.

Secara teoretis, adopsi ekonomi digital dapat dijelaskan melalui *Technology*

Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh (Davis, 1989). Model ini menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Bagi UMKM, digitalisasi akan diterapkan apabila teknologi tersebut dipandang mampu meningkatkan kinerja usaha dan mudah diintegrasikan dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

B. Etika Bisnis Islami

Etika bisnis Islami merupakan seperangkat nilai moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Beekun (1997) menegaskan bahwa etika bisnis Islami bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara pencapaian keuntungan material dan tanggung jawab spiritual, sehingga aktivitas bisnis dapat memberikan manfaat ekonomi sekaligus keberkahan (*barakah*).

Prinsip-prinsip utama etika bisnis Islami meliputi *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (kepercayaan), *adl* (keadilan), dan *fathanah* (profesionalisme) (Soomro, Yasmeen and Bhatti, 2025). Penerapan prinsip-prinsip tersebut mendorong terciptanya transparansi transaksi, keadilan dalam penetapan harga, serta hubungan bisnis yang berlandaskan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen.

Dalam penelitian ini, etika bisnis Islami diukur melalui indikator kejujuran dalam transaksi, transparansi informasi produk, keadilan dalam praktik bisnis, tanggung jawab sosial usaha, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah. Penerapan etika bisnis Islami juga sejalan dengan maqashid syariah, yang menekankan perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, sehingga pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan bersifat berkelanjutan dan berkeadilan.

C. Pertumbuhan UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan jumlah aset, omzet, dan tenaga kerja. Pertumbuhan UMKM mencerminkan peningkatan kinerja usaha yang ditunjukkan melalui ekspansi skala usaha dan kontribusi terhadap perekonomian nasional (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, 2008).

Indikator pertumbuhan UMKM dalam penelitian ini meliputi peningkatan omzet, peningkatan jumlah tenaga kerja, perluasan pasar, dan peningkatan kapasitas produksi (Arifin, Ningsih and Putri, 2021). Indikator tersebut digunakan untuk menilai keberhasilan UMKM dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Pertumbuhan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemampuan manajerial, akses pembiayaan, pemanfaatan teknologi digital, dan penerapan etika bisnis (Hendrawan *et al.*, 2024). Digitalisasi memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi usaha, sementara etika bisnis Islami berperan dalam membangun kepercayaan konsumen dan menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka Panjang (Alfarisi and Susetyo, 2025).

D. Hubungan Ekonomi Digital, Etika Bisnis Islami, dan Pertumbuhan UMKM

Secara konseptual, ekonomi digital dan etika bisnis Islami merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam mendorong pertumbuhan UMKM (Mukri, Hanif and Abdul Wakhid, 2024). Pemanfaatan teknologi digital meningkatkan efisiensi dan akses pasar, sedangkan penerapan etika bisnis Islami memperkuat legitimasi moral dan kepercayaan konsumen. Kombinasi keduanya

diharapkan mampu menciptakan pertumbuhan UMKM yang tidak hanya tinggi secara ekonomi, tetapi juga berkelanjutan dan berkeadilan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-verifikatif. Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-verifikatif adalah metode penelitian yang menggunakan data numerik untuk menggambarkan fenomena yang diteliti sekaligus menguji kebenaran hubungan atau pengaruh antar variabel berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan (Barroga *et al.*, 2023). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menganalisis hubungan dan pengaruh antarvariabel yang diukur menggunakan data numerik, sedangkan sifat verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis yang dirumuskan berdasarkan landasan teori dan temuan empiris sebelumnya. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari publikasi resmi Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan, Bank Indonesia, serta instansi terkait lainnya selama periode 2010–2023.

Populasi penelitian mencakup seluruh data ekonomi Indonesia yang dipublikasikan oleh BPS dan lembaga terkait yang relevan dengan ekonomi digital, etika bisnis, dan pembangunan ekonomi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* berbasis *time series*, dengan pemilihan data didasarkan pada kesesuaian indikator terhadap variabel penelitian. Sampel penelitian meliputi Indeks Pembangunan Manusia (IPM), Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita, data *e-commerce*

(jumlah usaha berbasis digital dan kontribusi sektor digital terhadap PDB), data ketenagakerjaan (tingkat partisipasi angkatan kerja dan tingkat pengangguran), serta statistik perdagangan dan konsumsi rumah tangga.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut. Variabel ekonomi digital (X_1) diukur menggunakan indikator jumlah transaksi *e-commerce*, kontribusi sektor informasi dan komunikasi terhadap PDB, serta tingkat penetrasi internet yang bersumber dari BPS, Bank Indonesia, dan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Variabel pembangunan ekonomi (Y) diukur melalui indikator PDRB per kapita, Indeks Pembangunan Manusia (IPM), dan tingkat kemiskinan. Sementara itu, variabel etika bisnis (X_2) diukur secara konseptual berdasarkan literatur etika bisnis Islami dan diperlukan melalui data perkembangan sektor UMKM syariah serta regulasi perdagangan yang mendukung penerapan prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi.

Teknik analisis data dilakukan melalui statistik deskriptif untuk menggambarkan perkembangan ekonomi digital, etika bisnis, dan pembangunan ekonomi selama periode penelitian. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh ekonomi digital (X_1) dan etika bisnis (X_2) terhadap pembangunan ekonomi (Y). Untuk memastikan validitas model regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji F untuk melihat pengaruh variabel independen secara simultan dan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Metode Uji	Hasil Pengujian	Kesimpulan
Normalitas	Kolmogorov-Smirnov (K-S)	Sig. = 0,200 (> 0,05)	Residual berdistribusi normal
Multikolinearitas	Tolerance & VIF	X1: Tolerance = 0,812, VIF = 1,231 X2: Tolerance = 0,812, VIF = 1,231	Tidak ada multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Uji Glejser	X1 Sig. = 0,276 X2 Sig. = 0,198 (keduanya > 0,05)	Tidak ada heteroskedastisitas
Autokorelasi	Durbin-Watson (DW)	Nilai DW = 1,98 (mendekati 2)	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data diolah STATA

Hasil uji asumsi klasik yang tertera di Tabel di atas menunjukkan bahwa model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Residualnya berdistribusi normal, tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel independen, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan tidak ada autokorelasi. Dengan kata lain, model regresi yang digunakan dapat dianggap valid dan reliabel untuk menjelaskan pengaruh ekonomi digital serta etika bisnis Islami terhadap pembangunan ekonomi.

2. Hasil Analisis Regresi

Pengujian dengan regresi linear berganda menunjukkan bahwa:

Tabel 2. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t-statistik	p-value
Konstanta	64,8398	138,461	0,000
Ekonomi Digital (X ₁)	0,1586	0,870	0,003
Etika Bisnis Islami (X ₂)	2,1316	12,920	0,000

Sumber: Data diolah STATA

Berdasarkan tabel hasil regresi tersebut, model matematis yang terbentuk dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y=64,8398+0,1586X_1+2,1316X_2+\epsilon$$

Keterangan:

- Y = Pembangunan Ekonomi
- X₁ = Ekonomi Digital
- X₂ = Etika Bisnis Islami
- ϵ = Error term

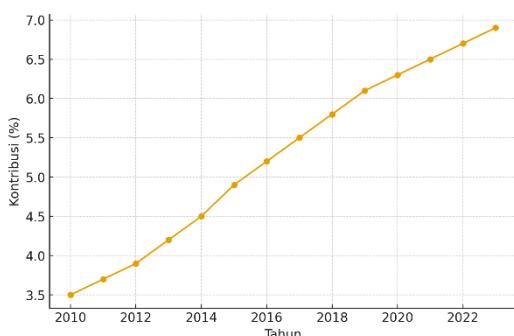
Nilai konstanta sebesar 64,8398 menunjukkan bahwa ketika variabel Ekonomi Digital dan Etika Bisnis Islami berada pada nol, pembangunan ekonomi tetap berada di angka 64,8398. Koefisien 0,1586 untuk variabel Ekonomi Digital menunjukkan bahwa setiap kali ada peningkatan 1 satuan dalam ekonomi digital, pembangunan ekonomi akan meningkat sebesar 0,1586 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Sementara itu, koefisien 2,1316 pada variabel Etika Bisnis Islami menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam etika bisnis Islami akan meningkatkan pembangunan ekonomi sebesar 2,1316 satuan, juga dengan asumsi variabel lain konstan. Variabel ekonomi digital (X₁) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembangunan ekonomi (Y), memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita. Di sisi lain, variabel etika bisnis (X₂) juga berpengaruh positif terhadap pembangunan, meskipun pengaruhnya tidak sekuat ekonomi digital. Secara keseluruhan, kedua variabel ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan, dengan nilai uji F < 0,05. Nilai R² sebesar 0,999 menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan hampir seluruh variasi dari variabel dependen, yaitu pembangunan ekonomi, melalui variabel-variabel independen yang dimasukkan. Dengan kata

lain, hampir 99,9% variasi dalam pembangunan ekonomi dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang dianalisis, sementara hanya 0,1% yang dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Selanjutnya, hasil uji F dengan nilai signifikansi $p < 0,001$ menunjukkan bahwa model penelitian secara keseluruhan signifikan. Ini berarti bahwa variabel-variabel independen yang digunakan bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pembangunan ekonomi. Temuan ini menegaskan bahwa model regresi yang dibangun layak untuk analisis lebih lanjut dan dapat diandalkan dalam menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian.

Berdasarkan analisis data sekunder dari BPS untuk periode 2010–2023, berikut adalah hasil temuan penelitian ini:

1. Perkembangan Ekonomi Digital

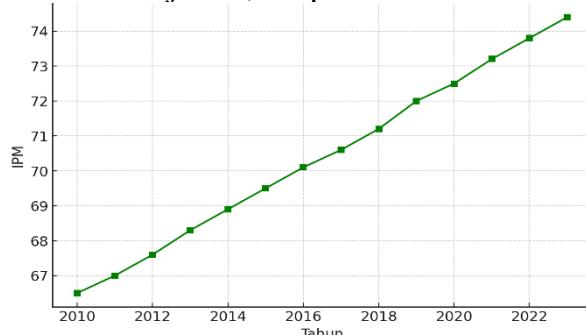
Data dari BPS menunjukkan bahwa kontribusi sektor informasi dan komunikasi terhadap PDB terus mengalami peningkatan, dari sekitar 3,5% pada tahun 2010 hingga lebih dari 6% pada tahun 2023. Selain itu, transaksi *e-commerce* juga menunjukkan tren positif dengan pertumbuhan rata-rata tahunan yang melebihi 15%.



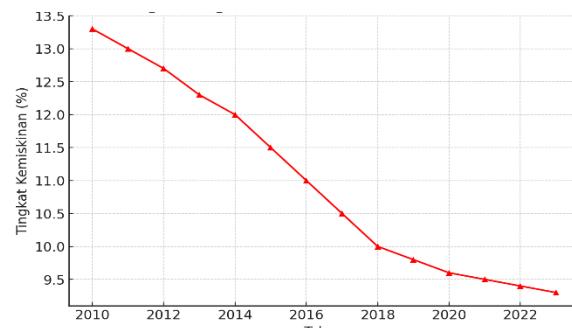
Gambar 1. Perkembangan Kontribusi Ekonomi Digital terhadap PDB

2. Indikator Pembangunan Ekonomi

Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia telah meningkat dari 66,5 pada tahun 2010 menjadi 74,4 pada tahun 2023. PDRB per kapita juga menunjukkan pertumbuhan, meskipun masih ada kesenjangan antara daerah. Tingkat kemiskinan pun turun dari 13,3% pada 2010 menjadi 9,3% pada 2023.



Gambar 2. Perkembangan Indeks Pembangunan Manusia



Gambar 3. Perkembangan Tingkat Kemiskinan di Indonesia

3. Keterkaitan dengan Etika Bisnis

Data UMKM yang berbasis syariah menunjukkan adanya peningkatan jumlah unit usaha, terutama di sektor perdagangan makanan dan minuman halal. Namun, sayangnya, adopsi digital di kalangan UMKM syariah masih cukup terbatas, terutama di daerah perkotaan jika dibandingkan dengan pedesaan. Berdasarkan data, UMKM berbasis syariah memang mengalami pertumbuhan unit usaha, khususnya dalam sektor makanan

dan minuman halal. Namun, data dari BPS dan survei Nasional UMKM 2022 mengungkapkan bahwa hanya sekitar 17% UMKM yang memasarkan produk mereka melalui *platform* digital, dan hanya 10% yang memanfaatkan sistem informasi digital untuk manajemen usaha mereka. Ketidakmerataan dalam adopsi digital sangat terlihat dari perbedaan akses internet: sekitar 80,54% rumah tangga di desa memiliki akses internet, sementara di kota, angkanya mencapai sekitar 90,90%. Disparitas ini menunjukkan bahwa UMKM syariah di daerah pedesaan masih menghadapi tantangan dalam hal akses digital dan infrastruktur, jika dibandingkan dengan UMKM di kota. Hal ini menegaskan bahwa meskipun etika bisnis Islami menjadi dasar yang penting dan pelaku usaha berusaha untuk menjalankan usaha syariah, tanpa dukungan infrastruktur digital yang memadai, adopsi digital UMKM syariah di pedesaan akan tetap terhambat. Oleh karena itu, diperlukan intervensi agar etika dan digitalisasi dapat berjalan beriringan, sehingga UMKM syariah di seluruh wilayah, termasuk pedesaan, dapat bersaing dengan lebih baik.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Ekonomi Digital (X_1) terhadap Pembangunan Ekonomi (Y)

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ekonomi digital (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembangunan ekonomi di Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,1586 dengan *p-value* sebesar 0,003, yang berarti bahwa peningkatan aktivitas ekonomi digital berkontribusi terhadap peningkatan pembangunan ekonomi. Meskipun nilai koefisiennya relatif kecil, signifikansi statistik tersebut

mengindikasikan bahwa ekonomi digital tetap memiliki peran penting sebagai pendorong efisiensi dan akelerasi pertumbuhan ekonomi. Peningkatan transaksi *e-commerce*, kontribusi sektor informasi dan komunikasi terhadap PDB, serta peningkatan penetrasi internet menjadi faktor utama yang mendukung pengaruh positif tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Mustofa, Putri and Wijayanti (2025) serta Rahayu *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi ekonomi, memperluas akses pasar, dan mendorong inklusi keuangan, khususnya bagi UMKM. Data Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa peningkatan adopsi teknologi digital oleh UMKM berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas dan penciptaan lapangan kerja. Dengan demikian, ekonomi digital berperan sebagai katalisator dalam mendorong pembangunan ekonomi melalui peningkatan produktivitas dan perluasan aktivitas ekonomi.

2. Pengaruh Etika Bisnis Islami (X_2) terhadap Pembangunan Ekonomi (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islami (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembangunan ekonomi. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien regresi sebesar 2,1316, nilai *t*-statistik sebesar 12,920, serta *p-value* sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa pengaruh etika bisnis Islami terhadap pembangunan ekonomi lebih dominan dibandingkan dengan ekonomi digital. Nilai koefisien yang relatif besar mengindikasikan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islami memberikan kontribusi yang kuat dalam meningkatkan kualitas dan keberlanjutan pembangunan ekonomi.

Penerapan nilai-nilai seperti kejujuran (*shiddiq*), *amanah*, keadilan (*adl*), dan profesionalisme (*fathanah*) dalam aktivitas bisnis mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat stabilitas transaksi ekonomi. Temuan ini mendukung hasil penelitian Rangkuti (2023) yang menegaskan bahwa etika bisnis Islami berperan penting dalam menjaga kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha, khususnya pada sektor UMKM dan industri halal. Kepercayaan yang terbentuk melalui praktik bisnis yang etis mendorong loyalitas konsumen dan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang lebih stabil dalam jangka panjang.

3. Pengaruh Ekonomi Digital (X_1) dan Etika Bisnis Islami (X_2) terhadap Pembangunan Ekonomi (Y)

Secara simultan, hasil uji regresi menunjukkan bahwa ekonomi digital dan etika bisnis Islami secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pembangunan ekonomi di Indonesia. Hal ini dibuktikan oleh nilai uji F dengan signifikansi $p < 0,001$ serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,999, yang menunjukkan bahwa 99,9% variasi pembangunan ekonomi dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model. Hasil ini mengindikasikan kuatnya keterkaitan antara transformasi digital dan penerapan nilai etika bisnis Islami dalam mendorong pembangunan ekonomi nasional selama periode penelitian.

Temuan ini menunjukkan bahwa ekonomi digital berperan sebagai penggerak utama efisiensi dan pertumbuhan ekonomi, sementara etika bisnis Islami berfungsi sebagai penguat kualitas dan keberlanjutan pembangunan. Digitalisasi tanpa landasan etika berpotensi menimbulkan ketimpangan dan praktik

bisnis yang tidak adil, sedangkan penerapan etika bisnis tanpa dukungan teknologi dapat membatasi skala dan jangkauan aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, sinergi antara ekonomi digital dan etika bisnis Islami menjadi kunci dalam menciptakan pembangunan ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan berkeadilan sosial.

Secara konseptual, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa integrasi teknologi digital dengan nilai-nilai moral Islam dapat menciptakan ekosistem ekonomi yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga berorientasi pada kemaslahatan dan keberkahan. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha mengakses informasi pasar secara real-time dan meningkatkan efisiensi transaksi, sementara penerapan nilai *shiddiq*, *amanah*, dan *adl* membangun budaya usaha yang berintegritas dan berkeadilan, sehingga memperkuat fondasi moral dalam pembangunan ekonomi nasional.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda terhadap data periode 2010–2023, dapat disimpulkan bahwa ekonomi digital dan etika bisnis Islami memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pembangunan ekonomi dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$ dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,999, yang berarti 99,9% variasi pembangunan ekonomi dapat dijelaskan oleh variabel ekonomi digital dan etika bisnis Islami.

Secara parsial, ekonomi digital menunjukkan pengaruh positif terhadap pembangunan ekonomi dengan koefisien regresi sebesar 0,1586. Namun, berdasarkan hasil uji t, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik, yang ditunjukkan oleh nilai t-statistik sebesar 0,870 dengan *p-value* > 0,05. Meskipun demikian, secara deskriptif ekonomi digital menunjukkan tren peningkatan yang konsisten, tercermin dari meningkatnya kontribusi sektor digital terhadap PDB, pertumbuhan transaksi *e-commerce*, serta meningkatnya jumlah UMKM berbasis digital, yang secara tidak langsung mendukung percepatan pembangunan ekonomi.

Sementara itu, etika bisnis Islami terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembangunan ekonomi, dengan koefisien regresi sebesar 2,1316, nilai t-statistik sebesar 12,920, dan *p-value* sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islami, seperti keadilan, transparansi, dan keberlanjutan, memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kualitas pembangunan ekonomi serta meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa integrasi antara ekonomi digital dan etika bisnis Islami merupakan faktor penting dalam mendorong pembangunan ekonomi di Indonesia. Transformasi digital berperan sebagai pendorong efisiensi dan pertumbuhan, sementara etika bisnis Islami berfungsi sebagai penguat keberlanjutan dan legitimasi moral dalam aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, pembangunan ekonomi yang mengombinasikan kemajuan teknologi digital dengan nilai-nilai Islam berpotensi menghasilkan pertumbuhan yang inklusif, berkelanjutan, dan berkeadilan.

SARAN

Pemerintah perlu memperkuat infrastruktur digital, terutama di daerah terpencil, agar manfaat dari ekonomi digital dapat dirasakan secara lebih merata.

Pelaku UMKM diharapkan dapat memanfaatkan *platform* digital secara optimal sambil menerapkan prinsip etika bisnis Islami untuk meningkatkan daya saing dan menjaga keberlanjutan usaha.

Akademisi dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan data primer melalui survei terhadap pelaku UMKM syariah berbasis digital untuk mendapatkan gambaran empiris yang lebih mendalam.

Penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi variabel lain seperti inovasi teknologi, literasi keuangan syariah, dan inklusi digital untuk memperkaya model analisis pembangunan ekonomi Islami.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, S. and Susetyo, A.B. (2025) ‘Strategy Of MSMES Development Based On Shariah Economy In The Digital Era: Case Study Of Small Business In Morombuh Village’, *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), pp. 3736–3748. Available at: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1101>.
- Arifin, R., Ningsih, A.Ag.T. and Putri, A.K. (2021) ‘THE IMPORTANT ROLE OF MSMEs IN IMPROVING THE ECONOMY’, *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(6), pp. 52–59. Available at: <https://elitabmas.wisnuwardhana.ac.id/webmin/assets/uploads/lj/LJ202202051644062750612.pdf>.
- Badan Pusat Statistik (2023) *Statistik E-commerce 2023*. Jakarta.
- Barroga, E. et al. (2023) ‘Conducting and

- Writing Quantitative and Qualitative Research', *Journal of Korean Medical Science*, 38(37), pp. 1–16. Available at: <https://doi.org/10.3346/jkms.2023.38.e291>.
- Beekun, R.I. (1997) *Islamic Business Ethics*. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Davis, F.D. (1989) 'Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology', *MIS Quarterly*, 13(3), pp. 319–340.
- Halida, U.M. and Wilantini, C. (2022) 'The Role of Digitalization in Expanding MSME Market Access', *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(1), pp. 92–101. Available at: <https://doi.org/10.35877/454ri.qems861>.
- Hendrawan, S.A. et al. (2024) 'Digital Transformation in MSMEs: Challenges and Opportunities in Technology Management', *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 6(2), pp. 141–149. Available at: <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i2.551>.
- Ihram, I. N., Fajar, A., & Ridwan, H. (2024) 'Islamic Business Ethics In Development MSMEs in Society', in *IECON: International Economics and Business Conference*, pp. 1191–1199.
- Mukri, M., Hanif, and Abdul Wakhid, A. (2024) 'Human Resource Ethics and Professionalism: An Islamic Perspective', *KnE Social Sciences*, 2024, pp. 73–81. Available at: <https://doi.org/10.18502/kss.v9i16.16235>.
- Mustofa, M.S., Putri, N.A. and Wijayanti, T. (2025) 'The Utilization of E-commerce as a Strategy to Increase the Competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Semarang City', *KnE Social Sciences*, 10(10), pp. 311–323. Available at: <https://doi.org/10.18502/kss.v10i10.18680>.
- Rahayu, S.K. et al. (2023) 'Digitalization and informal MSME: Digital financial inclusion...', *Jeecar*, 10(1), pp. 9–19. Available at: www.ieeca.org/journal.
- Rangkuti, M.Y. (2023) 'Toward a Holistic Framework of Islamic Business Ethics: Insights from Leadership, Halal Practices, and Finance in a Digital Age', *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 1(3), pp. 114–127. Available at: <https://doi.org/10.61194/ijis.v1i3.593>.
- Soomro, A.N., Yasmeen and Bhatti, I. (2025) 'Exploring the Employment Ethics in Working Place and Professionalism At Work : an Islamic Perspective', *Contemporary Journal of Social Science Review*, 03(02), pp. 2755–2761.
- Thathsarani, U.S. and Jianguo, W. (2022) 'Do Digital Finance and the Technology Acceptance Model Strengthen Financial Inclusion and SME Performance?', *Information* (Switzerland), 13(8). Available at: <https://doi.org/10.3390/info13080390>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan M. (2008) *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93*. Jakarta.