

Teknologi berkembang dengan pesat dan memiliki dampak signifikan terhadap kehidupan manusia. Internet dan media sosial adalah hasil dari perkembangan teknologi saat ini, sosial media yang menjadi media komunikasi elektronik memudahkan para penggunanya untuk berinteraksi dengan mudah, hal ini menjadi sebuah potensi untuk sebuah bisnis membuat atau mengembangkan bisnisnya di sosial media. LINE instant messenger sebagai aplikasi berbagi pesan di sosial media memiliki kegiatan bisnis yang cukup banyak karena penggunanya yang merupakan anak muda dan orang dewasa, akan tetapi dengan banyaknya kegiatan bisnis di LINE instant messenger membuat beberapa kegiatan bisnis tersebut melanggar kode etik berbisnis secara ekonomi ataupun moral.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui preferensi etika bisnis yang berada di LINE instant messenger dan persepsi penggunanya terhadap kegiatan bisnis di dalam LINE instant Messenger. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah para pengguna LINE yang aktif mengikuti aktifitas bisnis di LINE instant messenger sebanyak 400 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Semua instrumen kuesioner valid dan data diolah menggunakan SPSS versi 23 windows dan Ms.Excel 2013. Adapun uji analisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis cross-tab chi square dan analisis korelasi koefisien contingency.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa : etika bisnis yang berada di LINE instant messenger ditinjau dari prinsip otonomi mayoritas dalam kategori baik (71%), prinsip kejujuran yang berada di aktifitas bisnis LINE instant messenger dalam kategori cukup baik (60,15%), prinsip keadilan yang berada di aktifitas bisnis LINE instant messenger dalam kategori cukup baik (66,08%), prinsip saling menguntungkan yang berada di aktifitas bisnis LINE instant messenger dalam kategori cukup baik (55,20%), dan prinsip integritas moral yang berada di aktifitas bisnis LINE instant messenger dalam kategori cukup baik (65,43%), sedangkan menurut persepsi pengguna aktifitas bisnis yang berada di LINE instant messenger dalam kategori cukup baik (59,95%).dan dari analisis crosstab 69 orang yang memiliki etika bisnis yang rendah 20 orang (5%) memiliki persepsi pengguna cukup baik, dari 248 orang yang memiliki etika bisnis yang cukup sebanyak 128 orang (32%) memiliki persepsi pengguna cukup baik dan dari 83 orang memiliki etika bisnis yang tinggi sebanyak 37 orang (9,25%) memiliki persepsi pengguna cukup baik. Berdasarkan perhitungan statistik uji Chi-Square pada 163,95 dan P-value = 0,000. Oleh karena itu, nilai P-value kurang dari 5% atau $0,000 < 0,05$, ada hubungan atau korelasi aktivitas usaha di LINE Instant Messenger berdasarkan Etika Bisnis untuk persepsi pengguna. Ini berarti H1 diterima dan H0 ditolak. analisis korelasi menunjukkan bahwa ada korelasi yang tinggi antara dua variabel