

## ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi laju ekonomi Indonesia terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan rumah tangga yang sangat mendukung pendapatan rumah tangga. Hal ini diharapkan keberadaan UMKM mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Perkembangan Industri pada bidang *fashion* saat ini sangat pesat dan digemari oleh semua kaum, khususnya kaum anak muda. Karena bagi mereka *fashion* sudah menjadi bagian dari gaya hidup zaman sekarang.

Dalam kasus UMKM ini, dengan mengantisipasi pendapatan yang kurang dikarenakan banyak sekali karyawan yang di PHK membuat pemikiran atau tindakan untuk memperoleh pendapatan baru (*revenue stream*) dengan mengambil resiko membuat bisnis baru atau unit usaha guna keberlangsungan hidupnya.

Kondisi ini seringkali menimbulkan perilaku irasional yang semata-mata berfokus pada keuntungan bisnis. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui pengaruh *Loss Aversion*, *Endowment Effect*, dan *Herd Behavior* terhadap Moralitas Ekonomi pada bidang *fashion* di Kota Bandung. Dalam penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran angket *google form* (kuesioner) dan studi pustaka. Pengolahan data menggunakan SEM-PLS dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Loss Aversion* berpengaruh signifikan terhadap Moralitas Ekonomi pada UMKM bidang *fashion* di Kota Bandung. Lalu, *Endowment Effect* berpengaruh signifikan terhadap Moralitas Ekonomi pada UMKM bidang *fashion* di Kota Bandung. Dan, *Herd Behavior* berpengaruh signifikan terhadap Moralitas Ekonomi pada UMKM bidang *fashion* di Kota Bandung.

Hasil penelitian pada *Loss Aversion* pada indikator Memiliki Kepercayaan Tinggi terhadap Rekan Kerja Dalam Bisnis perlu ditingkatkan kembali dengan cara memberikan training atau pelatihan guna meningkatkan kualitas SDM rekan kerja itu sendiri sehingga dengan kualitas SDM yang tinggi mampu meningkatkan kepercayaan owner terhadap karyawannya. Hasil penelitian pada *Endowment Effect* pada indikator Memberikan Penilaian Objektif terkait Produk Pesaing perlu ditingkatkan kembali dengan cara melakukan riset berdasarkan produk yang dijual lalu mengidentifikasi keunggulan produk secara berkala. Hasil penelitian pada *Herd Behavior* pada indikator Mengikuti Produk yang Sedang Tren di Pasar perlu ditingkatkan kembali dengan cara memberikan pilihan atau opsi tren yang sedang ramai dikalangan masyarakat sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan tren yang sedang diperbincangkan atau ramai di pasar

**Kata Kunci:** *Loss Aversion, Endowment Effect, Herd Behavior, Moralitas Ekonomi, UMKM*