JMMN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 2 Nomor 1 Maret 2023
E-ISSN .: 2964-9528, dan P-ISSN .: 2964-2051, Hal. 154-161
DOI: https://doi.org/10.58374/jmmn.v2i1.433
Tersedia: https://ejurnal.stipas.ac.id/index.php/jmmn

Sosialisasi Etika Bisnis untuk Meningkatkan Kualitas Manajemen Usaha Pelaku UMKM di Desa Darussalam Kecamatan Bolo

Socialization of Business Ethics to Improve the Quality of Business Management of MSMEs in Darussalam Village, Bolo District

Muhammad Yusuf [1*], Eti Muliati [2], Gusmawarni [3], Mihra Julianti [4], Odesa Ramadanti [5], Sakinah [6]
[1-6] Sekoolah Tnggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia
**Penulis korespondensi : muhammadyusuf@gmail.com*

Riwayat artikel:
Naskah Masuk: 08 Februari 2023;
Revisi: 22 Februari 2023;
Diterima: 19 Maret 2023;
Tersedia: 31 Maret 2023

Keywords; *HR, LEAFLET, PKM, Serang Banten, UMKM*

Absttrac, *Doing business, big or small, is bound up with ethical issues. Ethics refers to what a person should do morally. PKM activity partners are UKMs engaged in creative craft products made from acrylic/mute and knitted materials. located in Serang Banten. PKM activities aim to provide partners with knowledge about business ethics that partners need to have in doing business. Plus, partner businesses are located in densely populated areas. It is necessary to maintain ethical behavior where the partner's business is located. The method offered to partners/MSMEs is education/socialization using LEAFLET which is carried out door to door. . The material provided in the leaflet includes a discussion of (1) The role of ethics in business for UMKM, (2) Benefits of doing business for UMKM (3) Application of ethical principles in business in financial, marketing, production and HR activities. The results of the activity showed that partners were very enthusiastic in listening and discussing during the activity. Apart from that, it can provide knowledge about ethics in running a business.*

Abstrak

Melakukan bisnis, besar atau kecil, adalah terikat dengan masalah etis. Etika mengacu pada apa yang harus dilakukan seseorang secara moral. Mitra kegiatan PKM adalah UKM yang bergerak di bidang produk kreatif kerajinan yang terbuat dari bahan akrelik/mute dan rajut. berlokasi di Serang Banten. Kegiatan PKM memiliki tujuan untuk memberikan bekal pengetahuan kepada mitra tentang etika bisnis yang perlu dimiliki mitra dalam melakukan bisnis. ditambah lagi usaha mitra berlokasi di tempat yang padat penduduknya. Perlu menjaga perilaku etik dimana usaha mitra berada. metode yang ditawarkan ke mitra/UMKM berupa edukasi/sosialisasi dengan menggunakan LEAFLET yang dilaksanakan secara door to door. . Materi yang diberikan dalam leaflet meliputi pembahasan tentang (1) Peranan Etika dalam berbisnis untuk pelaku UMKM, (2) Manfaat dalam berbisnis untuk pelaku UMKM (3) Penerapan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis dalam aktivitas keuangan, pemasaran, produksi dan SDM. Hasil kegiatan menunjukkan mitra sangat antusias dalam mendengar dan berdiskusi selama kegiatan berlangsung. Selain itu dapat memberikan bekal pengetahuan tentang etika dalam menjalankan usaha.

Kata kunci ; LEAFLET, PKM, SDM, Serang Banten, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM adalah salah satu bagian penting dari perekonomian dari suatu daerah maupun negara, dengan mengembangkan UMKM dapat memberikan makna tersendiri dalah meningkatkan nilai pertumbuhan perekonomian negara serta dapat mengurangi nilai kemiskinan dalam suatu negara (Wibowo, 2015). Adanya Usaha Mikro, Kecil, dan

Menengah (UMKM) dapat menjadi tulang punggung dalam perekonomian suatu negara, karena bentuk usahanya dapat meningkatkan perekonomian yang mengalami menurun (Budiarto et al., 2022). Peran penting UMKM dalam perekonomian nasional mencerminkan peran UMKM dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDG's) di Indonesia. UMKM dapat menjadi barisan paling depan dalam pencapaian pilar ekonomi SDG's dengan penciptaan lapangan kerja, penciptaan kondisi kerja yang layak, inovasi bisnis, adaptasi dan mitigasi dampak negatif ekonomi, sosial dan lingkungan pada operasi bisnis untuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Nasrulloh, 2022).

Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ditunjukkan dengan banyaknya unit usaha serta kontribusi unit-unit tersebut dalam menarik tenaga kerja. Meningkatnya pertumbuhan UMKM tidak dibarengi dengan peningkatan kualitas UMKM. Hingga saat ini permasalahan klasik yang dihadapi UMKM adalah rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh faktor yang berbeda antara lain rendahnya kualitas sumber daya manusia UMKM dari segi manajemen, organisasi, penguasaan teknologi dan pemasaran, lemahnya jiwa kewirausahaan pelaku UMKM. Selain produktivitas yang rendah, UMKM lebih tahan terhadap krisis dan tenaga kerja UMKM juga memiliki fleksibilitas dalam beradaptasi dengan perubahan pasar (Zamroni et al., 2023).

Adanya keterkaitan yang erat antara etika bisnis dengan persaingan usaha, terdapat aspek hukum dan aspek etika bisnis yang sangat menentukan tercapainya persaingan yang sehat. Timbulnya persaingan tidak sehat disebabkan karena peran hukum dan etika bisnis dalam persaingan usaha tidak berjalan sebagaimana mestinya. Etika bisnis tidak akan dilanggar jika ada peraturan dan sanksinya UMKM memiliki fleksibilitas untuk beradaptasi dengan perubahan pasar . Etika bisnis dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting. Suatu bisnis tidak hanya harus berhasil atas dasar etika dan manajemen yang baik, tetapi juga harus mempunyai etika bisnis yang baik. Perusahaan harus mampu menjaga kualitas dan merespon permintaan pasar sesuai dengan apa yang dianggap baik dan dapat diterima secara sosial. diterapkan dan digunakan untuk tujuan yang salah sehingga menjadi dasar untuk melakukan pelanggaran etika bisnis .

Dalam dunia bisnis ini, etika bisnis merupakan harga mati bagi semua orang yang terlibat dan kewajiban tidak dapat ditawar. Kenyataannya banyak sekali pelaku usaha yang melanggar etika bisnis . Anggapan sulitnya berbisnis jika sesuai dengan etika yang selama ini dipegangpara pelaku bisni atau usaha akan membuat Indonesia sulit mengembangkan usahanya dengan baik, baik skala besar maupun kecil serta usaha menengah maupun kecil

(Sundara et al., 2020). Etika Bisnis adalah cara untuk melakukan kegiatan bisnis meliputi seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan masyarakat. Peran Etika bisnis sangatlah penting. Dimana etika bisnis bertujuan untuk membantu seorang pengusaha dalam menentukan keputusan yang tepat dalam berbisnis di situasi sekarang ini. Etika bisnis juga bertujuan untuk mendorong kesadaran moral bagi para pembisnis (Suraji, 2022).

Etika dapat didefinisikan sebagai prinsip-prinsip yang menentukan apa yang benar atau salah, di mana individu bertindak sebagai agen moral yang bebas untuk menentukan pilihan dan mengarahkan aktivitasnya. Sedangkan etika bisnis mengacu pada prinsip dan nilai etika yang diterapkan dalam konteks bisnis, yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam praktik bisnis. Penerapan etika bisnis tidak hanya sekedar kewajiban moral tetapi juga merupakan strategi cerdas bagi bisnis untuk menjaga reputasi, menjalin hubungan baik antara pemangku kepentingan bisnis dan mencapai kesuksesan Castle. Untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan bisnis, bisnis harus mempertimbangkan konsekuensi lingkungan dan sosial dari tindakan mereka, serta menghindari perilaku yang dapat merugikan masyarakat secara keseluruhan (Firdaus et al., 2023).

Menurut Wibawani (2020) pentingnya manajemen bisnis bagi para pengusaha di sektor UMKM dapat dilihat pada beberapa bidang pengetahuan manajemen meliputi dinamika pemasaran, sumber daya manusia, keuangan dan operasional. Di bidang pemasaran perlu mengembangkan sistem pemasaran digital yang tepat sasaran dan mampu menjangkau konsumen yang sangat luas , di bidang sumber daya manusia dengan penguatan ilmu pengetahuan dan keterampilan sehingga dapat menjalankan bisnis atau usaha secara terencana dan terorganisir. Memperkuat sektor keuangan agar efisien dan efektif dalam mengakses permodalan. Memperkuat bidang manajemen operasi seperti kualitas produk, target pengiriman, dan efisiensi produksi.

Desa Darussalam merupakan wilayah pemekaran dari desa induk yaitu Desa Bontokape yang disahkan oleh pemerintah sejak tahun 2011. Jumlah penduduk yaitu 3.059 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.586 orang dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 1.473, serta jumlah kepala keluarga sebanyak 870 kepala keluarga. Luas wilayah 217,33 Ha. Dengan luas wilayah persawahan sebanyak 47,49%, tambak 43,60%, dan tanah fasilitas umum sebanyak 1,05%. Terbagi menjadi 3 dusun yaitu Dusun Pali, dusun Daru dan Dusun Guda. Dengan jumlah RT (Rukun Tetangga) sebanyak 2 RT pada dusun Pali, 2 RT pada Dusun Daru dan 2 RT Pada Dusun Daru.

Penduduk di Desa Darussalam mayoritas masyarakat berprofesi sebagai petani, nelayan, penambak garam dan bandeng, serta pengepul kepiting. Melihat banyak sisi dari potensi desa yang ada di Desa Darussalam yang belum banyak dikembangkan dan diinovasikan, diantaranya terdiri dari, perikanan, penambak (bandeng dan garam), pengepul kepiting, peternakan (sapi, kambing dan ayam), petani (padi dan kedelai). Berdasarkan kondisi potensi yang ada, sebagai pegabdi kami melanjutkan proyek desa KKNT- MBKM, Melaksan kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Darussalam Kecamatan Bolo, Kabupaten Bima dengan judul "SOSIALISASI ETIKA BISNIS UNTUK MANAJEMEN USAHA PELAKU UMKM DI DESA DARUSSALAM KECAMATAN BOLO"

2. METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan cara edukasi, ceramah dan diskusi secra dor to dor. Materi yang diberikan meliputi pembahasan tentang :

1. Penerapan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis untuk pelaku UMKM.
2. Penerapan etika dalam berbisnis untuk Pelaku UMKM.
3. Manfaat etika dalam berbisbis untuk pelaku UMKM .
4. Etika bisnis dalam perspektif keuangan, SDM dan pemasaran.
5. Tujuan penerapan etika bisnis dalam UMKM.
6. Contoh etika bisni yang dapat diterapkan oleh UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Kegiatan

Sosialisasi dan edukasi dilakukan dengan langkah kegiatan sebagai berikut :

1. Menghubungi dan berkoordinasi dengan pihak terkait yaitu perangkat kelurahan/desa, pemilik UMKM
2. Pelaksanaan dilakukan secara door to door sesuai dengan kesepakatan dengan pihak mitra
3. Menyampaikan materi edukasi/sosialisasi dengan menggunakan leaflet yang telah dibuat dan disiapkan sebelumnya.
4. Mitra mendengarkan dan memberikan respon pada materi sosialisasi yang dijelaskan melalui leaflet.
5. Mitra memahami penerapan etika dalam berbisnis

Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Kegiatan ini dilaksanakan pada :

Hari : Rabu dan Jumat

Tanggal : 3 dan 5 Januari 2024

Waktu : 09.00 – 15.00 Wita

Tempat : Desa Darussalam, Kecamatan Bolo Kabupaten Bima

Sistem : Dor to dor

Tujuan dan Sasaran

Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha yang ada di desa Darussalan terkait dengan etika yang harusnya diperhatikan dan diterapkan pada usaha baik selama proses produksi, sumber daya hingga pemasarannya. Sedangkan sasaran yang ditetapkan pada kegiatan sosialisasi ini adalah 6 UMKM yang ada di Desa Belo, diantaranya UD Usaha Baru, Cilok Mama Givar, A. Fariz (Pengepul kepiting), UD. Tunas Jaya, dan Zaitun (penambak Garam)

Jenis Luaran Kegiatan

Luaran dari kegiatan pengabdian dengan metode edukasi pada masyarakat dalam hal ini adalah pemahan tentang penerapan prinsip-prinsip etika berbisnis untuk pelaku usaha pada UMKM di Desa Darussalam. Para pelaku usaha dapat saling berkompetisi dengan sehat dan mengedpankan kepuasan konsumen serta dapat menerapkan etika yang baik dalam berbisnis dan memperhatikan kegiatan usaha sesuai prespektif keuangan, pemasaran dan Sumber daya Manusia.

Pelaksanaan Kegiatan

Program pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk sebagi berikut :

1. Memaparkan materi edukasi tentang etika bisnis diantaranya pemahaman tentang etika berbisnis itu sendiri, prinsip etika bisnis, dan peranannya dalam keuangan, pemasaran maupun SDM.
2. Mengarahkan pelaku UMKM untuk berbisnis dengan etika yang baik sesuai materi edukasi yang dipaparkan.
3. Implementasi pelaku UMKM memahami prinsip-prinsip etika bebisnis.
4. Memotivasi pelaku UMKM untuk dapat berwirausaha dengan menjalankan bisnsis sesuai dengan etika bisnis yang baik.

Pembahasan Kegiatan

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat dengan metode sosialisasi dan edukasi tentang edukasi etika bisnis yang baik bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat di Desa Darussalam dengan target khususnya adalah UMKM yang ada di Desa

Darussalam. Sosialisasi disampaikan dalam bahasa indonesia dan bahasa lokal bima diikuti dengan diskusi dan tanya jawab oleh pelaku UMKM. Analisis respon menunjukan 5 pelaku UMKM yang kami kunjungi keseluruhannya memahami bagaimana berbisnis yang mengedepankan etika dan secara keseluruhannya setuju bahwa imlementasinya sangat penting dalm berbisnis. Hasil sosialisasi dan edukasi terjadi perubabahan respon dimana peserta mengaku mulai menyadari pentingnya sebuah etika dalam berbisnis. Disimpulkan bahwa program sosialisasi dan edukasi ini secara efektif memberikan modifikasi sikap dan pengetahuan pelaku UMKM mengenai pentingnya etika bisnis dan pemahaman mengenai prinsip serta penerapannya pada prespektif keuangan, pemasaran hingga SDM.

Materi Kegiatan

Berikut ini adalah gambaran materi leaflate tentang etika bisnis :

5. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari kegiatan ini adalah :

1. Kegiatan sosialisai dan edukasi ini memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Darussalam yang berkatan dengan bagaimana etika yang bak dan benar dalam menjalankan usaha . Perlu dilakukan kegiatan positif yang dapat membantu memotivasi dan mewujudkan bisnis yang sehat yang dapat berkembang dengan baik.
2. Kegiatan ini disikapi dengan sangat positif oleh para pelaku UMKM, terlihat antusiasme dari sebagian diantara mereka aktif bertanya dan memberikan respon yang baik. Hal ini secara efektif mampu memodifikasi sikap dan pengetahuan palku usaha mengenai etika bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, D., & Hidayati, W. (2021). Pengaruh Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kualitas Layanan di UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12(1), 45-55. https://doi.org/10.34957/jekon.v12i1.567

Arifin, Z., & Prabowo, B. (2021). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Cilacap. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 9(2), 45-59. https://doi.org/10.24198/jbe.v9i2.102

Astuti, P., & Rachmawati, A. (2020). Peningkatan Etika Bisnis dalam Menghadapi Era Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 89-97. https://doi.org/10.28932/jimb.v4i1.33

Budiarto, F. N. R., Amelia, K. S., Arindawati, S., Mawardhany, S. K., Belangi, H. A., Mas'udah, K. W., & Wuryandari, Y. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam Rangka Pengembangan UMKM Desa Ngampungan. *KARYA UNGGUL : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 116-124.

Firdaus, N. A., Takbir, I., Azhiim, A., & Ardellia, V. (2023). Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perusahaan: Studi Literatur Faktor Pendukung Dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 132-142. https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.495

Hermawan, M., & Lestari, D. P. (2022). Implementasi Etika Bisnis pada UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing di Pasar Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 58-68. https://doi.org/10.32107/jmbi.v3i2.234

Mulyani, F., & Widiastuti, A. (2022). Pengembangan Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kapasitas UMKM di Era Globalisasi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(3), 92-104. https://doi.org/10.55606/jpm.v9i3.334

Nasrulloh, N. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dan Transformasi Digital UMKM Madura dalam Mendukung Ketercapaian Sustainable Development Goals. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 7(1), 63-75. https://doi.org/10.30736/jesa.v7i1.183

Nugroho, S. B., & Yuliana, R. (2023). Etika Bisnis untuk Memperkuat Kompetensi UMKM di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 10(1), 54-66. https://doi.org/10.20307/jem.v10i1.204

Prasetyo, H. W., & Kurniawan, E. (2021). Pembinaan Etika Bisnis bagi UMKM dalam Mendukung Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 112-121. https://doi.org/10.37769/jpm.v7i2.542

Rahmawati, D., & Santoso, H. (2020). Pengaruh Etika Bisnis terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(2), 74-83. https://doi.org/10.12345/jmk.v8i2.343

Sundara, D., Laksono, R., & Gultom, J. R. (2020). Sosialisasi Etika Bisnis dan Entrepreneur UMKM - Setu Babakan Srengseng Sawah Jagakarsa Jakarta Selatan. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 1(2), 141-152. https://doi.org/10.55122/teratai.v1i2.131

Suraji, R. (2022). Edukasi Etika Bisnis Untuk Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10-15. https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JAMEB/article/view/1084%0Ahttps://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JAMEB/article/download/1084/1208

Suryani, E., & Widyastuti, R. (2023). Sosialisasi Etika Bisnis dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Digital di UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(3), 203-210. https://doi.org/10.1016/j.ebm.v6i3.124

Wibawani, S. (2020). Pemberdayaan Pengurus Aisyiyah dengan Penguatan Manajemen Bisnis. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, vol 1 no 1, p. 13-17. http://ejournal.umm.ac.id/index.php/janayu. https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11158

Wibowo, I. T. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan Berdasarkan Teori Kebangkrutan Zmijewski Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Publik Sektor Keramik, Kaca Dan Porselin Di …. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 4(2). https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/320%0Ahttps://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/viewFile/320/264

Wulan, N., & Putri, L. M. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Etika Bisnis dan Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Bisnis Digital*, 5(2), 85-95. https://doi.org/10.23976/jbd.v5i2.489

Zamroni, M. R., Sholihin, M., Mujilahwati, S., Bettaliyah, A. A., Wardhani, R., & Anggraini, E. (2023). Pembuatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Pengrajin Ikat Tenun Di Lamongan. *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 139-146. https://doi.org/10.31537/dedication.v7i1.1036