

Sosialisasi Etika Bisnis untuk Peningkatan Manajemen Usaha Pelaku UMKM Mekar Sari di Desa Kore

Muhammad Yusuf ^{1*}, Sulisty Utami ², Ira Fauziah ³, Dina Febriyanti ⁴

¹⁻⁴ Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

*Penulis korespondensi : yusufzm.stiebima@gmail.com

Abstract, *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 the field of making snack products made from cashew nuts, located in Kore Village, Sanggar District, Bima Regency. 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 MSMEs, (2) Benefits of doing business for MSMEs (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.*

Keywords: *business ethics, LEAFLET, MSMEs, PKM, sustainable 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 pembuatan makanan ringan yang berbahan utama kacang mete, berlokasi di Desa Kore Kecamatan Sanggar Kabupaten Bima. 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 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 : bisnis berkelanjutan, etika bisnis, LEAFLET, PKM, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran dan posisi yang tepat dalam perekonomian Indonesia. Peran UMKM juga sangat berpengaruh dalam menciptakan lapangan kerja serta menggerakkan roda perekonomian Indonesia serta dapat mendistribusikan hasil-hasil pembangunan ekonomi secara nasional. UMKM merupakan usaha yang tetap bertahan dikala guncangan dan ekonomi yang pernah melanda pada sekitar tahun 1997 hingga 1999 yang dimana pada saat itu Indonesia mengalami krisis moneter tetapi Usaha UMKM tetap bisa bertahan dan bahkan tumbuh ditengah Krisis ekonomi pada kala itu (Sudrartono et al., 2022).

Melihat pentingnya keberadaan UMKM di atas, sudah sepatutnya dilakukan sebuah upaya agar UMKM tetap bertahan di tengah persaingan. Setiap UMKM juga diharapkan dapat bertahan dan bersaing dengan pengaturan dan pengelolaan bisnis yang ideal. Pengaturan dan pengelolaan bisnis yang idel ini disebut sebagai etika bisnis. Etika bisnis memiliki pengertian berupa seperangkat prinsip dan nilai yang mengatur perilaku serta tindakan perusahaan dalam konteks bisnis. Etika bisnis sangat penting dalam menjalankan kegiatan bisnis. Etika ini mencakup seluruh aspek yang ada di dalamnya, yakni individu, perusahaan, masyarakat atau publik, dan hubungan antar individu dengan pelanggan atau mitra kerja. Etika bisnis diperlukan supaya perusahaan memiliki kinerja baik. Dalam menjalankannya, etika bisnis menjadi standar atau pedoman, tidak hanya bagi karyawan, namun untuk semua pihak yang ada di dalamnya (Arief, 2019).

Etika berasal dari bahasa Yunani “ethos” yang berarti “adat”. Dalam praktik umum, etika selalu dikaitkan dengan kebiasaan hidup yang baik yang ada baik pada diri seseorang itu sendiri maupun dalam masyarakat. Dalam hal ini, dalam pengertian lain, etika adalah suatu kode yang harus dipatuhi atau ditaati. Masalah etika yang perlu diperhatikan, yaitu pemilik usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dengan demikian, etika bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang tidak melanggar aturan organisasi dan masyarakat, dan setiap kegiatan harus dilakukan dalam keadaan yang wajar, termasuk sesuai dengan norma dan etika yang berlaku.

Pengertian etika bisnis yang diuraikan oleh Durin (2020) yaitu cara yang digunakan dan diterapkan dalam kegiatan bisnis, mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan perusahaan, individu, serta masyarakat. Dalam mengembangkan UMKM, tidak hanya faktor ekonomi yang perlu dipertimbangkan, tetapi juga nilai-nilai etika bisnis yang dapat memberikan fondasi yang kuat bagi kelangsungan usaha.

Etika bisnis memiliki lima prinsip yaitu prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan, dan prinsip integritas moral (Keraf dalam Sutrisna, 2010). Beberapa prinsip etika bisnis yang krusial untuk UMKM meliputi transparansi, tanggung jawab sosial, dan integritas (Kusuma, 2023). Transparansi adalah elemen kunci dalam menjalankan bisnis UMKM secara etis.

Pemilik UMKM harus memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis. Hal ini mencakup kebijakan harga yang jelas, kualitas produk atau layanan yang sesuai dengan deskripsi, dan pengungkapan informasi terkait dampak lingkungan atau sosial dari kegiatan bisnis. UMKM juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat tempat mereka beroperasi. Ini mencakup memberikan kontribusi positif

terhadap komunitas setempat, mendukung inisiatif sosial, dan memastikan bahwa keberlanjutan bisnis tidak merugikan lingkungan sekitar. Contohnya, UMKM dapat melibatkan diri dalam program pelatihan kerja lokal, mendukung sekolah-sekolah setempat, atau mengurangi dampak lingkungan dengan praktik bisnis yang berkelanjutan.

Kegiatan ini melibatkan UMKM Mekar Sari yang berlokasi di Dusun Blambo RW 11 RT 04 Desa Kore Kecamatan Sanggar Kabupaten Bima. UMKM Mekar Sari ini memproduksi makanan ringan dengan bahan dasarnya kacang mete. Produk yang diproduksi antar lain : kacang mete, coklat mete, enting- enting mete, keripik pisang, rempeyek, kacipo, mete mole, kerupuk, tortila mete, dan abon mete.



Gambar 1. Produk-Produk Yang Dihasilkan.

1. Peranan etika dalam berbisnis untuk pelaku UMKM, yaitu :
 - a. Membangun reputasi yang baik
 - b. Menarik dan mempertahankan bakat terbaik
 - c. Mencapai keberlangsungan jangka panjang
 - d. Meningkatkan kepuasan pelanggan
 - e. Menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis dan pemasok
2. Manfaat dalam berbisnis untuk pelaku UMKM, yaitu :
 - a. Meningkatkan reputasi usaha
 - b. Usaha lebih terpercaya
 - c. Usaha dapat beradaptasi terhadap perubahan
 - d. Menciptakan budaya yang khas
 - e. Memiliki citra baik di mata konsumen
3. Penerapan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis dalam aktivitas, seperti :
 - a. Bidang Keuangan
 - 1) Teliti dalam menghitung profit usaha agar tidak terjadi kerugian
 - 2) Teliti dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran

- 3) Tidak menggabungkan uang pribadi dan uang usaha
 - 4) Tidak memakai uang penjualan untuk kebutuhan pribadi
 - 5) Jujur dalam menentukan harga jual produk.
- b. Bidang Pemasaran
- 1) Melindungi kesejahteraan dan kepuasan pelanggan
 - 2) Menciptakan brand agar mudah di ingat oleh konsumen
 - 3) Menciptakan packanging yang semenarik mungkin dan dapat melindungi produk dengan baik
 - 4) Tidak menggunakan foto dan video orang lain saat promosi
 - 5) Merespon baik apabila ada saran dan kritikan dari konsumen
 - 6) Jujur dalam menetapkan harga
- c. Bidang Produksi
- 1) Menggunakan bahan-bahan yang bagus dan berkualitas
 - 2) Jujur dalam menakar bahan pembuatan
 - 3) Jujur dalam menimbang produk
 - 4) Tidak memproduksi ulang produk yang sudah rusak atau basi
 - 5) Menjaga kebersihan saat memproduksi
 - 6) Memperhatikan ketahanan produk
- d. Bidang SDM
- 1) Bersikap adil pada seluruh karyawan
 - 2) Memberikan kebebasan pada karyawan untuk berinovasi
 - 3) Memberi gaji tepat waktu
 - 4) Memberi upah lembur pada karyawan yang lembur
 - 5) Memberikan apresiasi pada karyawan
 - 6) Mengadakan pembinaan dan pelatihan
 - 7) Memilih karyawan yang kompeten sesuai dengan bidang dan keahlian

Pentingnya menerapkan etika bisnis dalam meningkatkan kegiatan berusaha seperti etika menghadapi pelanggan yang mencakup seluruh aspek dalam kegiatan berbisnis. Pelanggan ketika lebih dihargai maka akan tetap bertahan menjadi pelanggan yang setia. Berdasarkan analisis situasi kegiatan usaha UMKM, maka memahami perilaku etis harus dimiliki UMKM dalam menjalankan kegiatan usaha. Untuk itu kegiatan ini bertujuan untuk membantu meningkatkan kemampuan UMKM dalam hal etika dan berperilaku etis dalam berbisnis melalui sosialisasi dengan menggunakan leaflet etika bisnis yang telah kami buat.

2. METODE

Edukasi dilaksanakan dengan langkah kegiatan sebagai berikut :

1. Menghubungi dan berkoordinasi dengan pihak terkait yaitu pemilik UMKM.

Sebelum kami melaksanakan sosialisasi terkait etika bisnis ini, kami terlebih dahulu menghubungi pemilik UMKM Mekar Sari yaitu Ibu Jahora Ahmad atau biasa di sapa dengan Ina Horo untuk meminta ijin dan meminta waktu untuk melaksanakan sosialisasi ini.

2. Pelaksanaan dilakukan secara *door to door* sesuai dengan kesepakatan dengan pihak mitra. Kami mendatangi langsung lokasi UMKM Mekar Sari sesuai kesepakatan awal kami untuk melaksanakan sosialisasi terkait etika bisnis.

3. Menyampaikan materi edukasi/sosialisasi dengan menggunakan leaflet yang telah dibuat dan disiapkan sebelumnya.

Dalam leaflet yang kami sediakan sudah mencakup beberapa materi terkait apa itu etika bisnis, pentingnya etika bisnis, manfaat etika bisnis, tujuan etika bisnis, serta contoh etika bisnis dalam aspek keuangan, pemasaran dan SDM.

4. Mitra mendengarkan dan memberikan respon pada materi sosialisasi yang dijelaskan melalui leaflet.

Setelah kami melaksanakan sosialisasi dengan memaparkan materi yang kami siapkan pada leaflet, kami mendengarkan respon dari pihak UMKM terkait materi yang kami sampaikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi pemilik usaha maka yang diberikan pada kegiatan ini adalah pembekalan materi tentang pengertian etika bisnis yang harus dimiliki, tidak hanya untuk usaha besar tetapi juga untuk usaha yang berskala kecil (Brunk dalam Lubis dk 2021). Sitorus (2022) dan Godfrey (Pusporini, 2021) membagi tiga tingkat standar etika yaitu, hukum, kebijakan dan prosedur, dan moral standar karyawan.

- a. Hukum, yang mendefinisikan untuk masyarakat secara keseluruhan itu perbuatan yang boleh dan yang tidak boleh. Hukum hanya menetapkan minimum standar perilaku. Pada saat yang sama, tindakan yang legal mungkin tidak etis. Karena itu, hanya mematuhi hukum tidak cukup sebagai panduan untuk perilaku etis.
- b. Kebijakan organisasi dan prosedur, yang berfungsi sebagai pedoman khusus untuk orang atau karyawan yang mereka buat keputusan sehari-hari.

- c. Sikap moral yang diambil karyawan ketika menghadapi situasi yang tidak diatur oleh hukum atau kebijakan dan prosedur organisasi.

Etika bisnis adalah pemahaman tentang kegiatan baik atau buruk dalam melakukan suatu bisnis. Dalam perilaku etika memberikan suatu keyakinan akan tindakan baik dan jahat, yang akan mempengaruhi orang lain. Perilaku etis adalah perilaku yang sesuai dengan norma sosial yang berlaku umum mengenai perilaku yang menguntungkan atau merugikan Godfrey (Pusporini, 2021).

Dalam tahap persiapan, tim mempersiapkan leaflet sebagai bahan sosialisasi yang membantu pelaku UMKM untuk dapat memahami arti penting dari penerapan etika berbisnis. Leaflet dilengkapi dengan bahasa dan gambar yang menarik agar dapat menarik minat pembacanya.



Gambar 2. Leaflet Sosialisasi Etika Bisnis.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan *door to door* di UMKM Mekar Sari yang berlokasi di Desa Kore Kecamatan Sanggar Kabupaten Bima pada tanggal 03 Januari tahun 2024. Tujuan dari diadakannya sosialisasi ini adalah untuk menyampaikan pengetahuan dan pemahaman terkait pentingnya etika dalam berbisnis pada UMKM Mekar Sari. Sehingga dapat memberi bekal bagi UMKM dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang. Selain itu, memberi mereka bekal pengetahuan tentang etika merupakan solusi agar bisnis mereka bisa bertahan lebih lama.



Gambar 3. Sosialisasi Leaflet.

George (Suraji, 2022) bahwa bisnis seperti kebanyakan kegiatan sosial lainnya, mengandaikan suatu latar belakang moral, dan mustahil bisa dijalankan tanpa ada latar belakang moral seperti itu. Etika berasal dari kata Yunani ethos yang menurut Keraf (Aji dkk, 2018) adalah adat istiadat atau kebiasaan. Pengertian moral menurut Velasquez (Sundara dkk, 2020) bahwa moral memang mampu mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Sehingga etika dan moralitas berbeda, etika perlu dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya.

Tahap Evaluasi

Dalam tahap ini dapat diketahui bahwa kegiatan sosialisasi etika bisnis yang dilaksanakan telah mencapai keberhasilan dan tujuan dari kegiatan ini. Hal tersebut dapat dilihat dari meningkatkannya pengetahuan dan pemahaman dari pelaku UMKM tentang pentingnya etika berbisnis agar usahanya dapat semakin dipercaya oleh konsumen. Para anggota sosialisasi memberikan respon positif serta setuju bahwa perlu adanya penerapan etika bisnis dalam setiap bisnis yang dijalankan.

4. KESIMPULAN

Dalam sosialisasi yang telah kami laksanakan ini lebih mengarah pada pemahaman Etika Bisnis dalam aktivitas produksi bagi pelaku UMKM Mekar Sari. Sosialisasi ini bertujuan untuk melakukan edukasi mengenai etika dalam berbisnis dan pemahaman prinsip-prinsip etika. Sosialisasi disampaikan dalam bahasa lokal dan diikuti dengan diskusi bebas dengan anggota tim. Analisis respon menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memahami bagaimana berbisnis yang mengedepankan etika. Namun, sebagian besar setuju bahwa etika sangat

penting implementasinya dalam berbisnis. Hasil Sosialisasi menunjukkan terjadinya perubahan respon peserta. Disimpulkan bahwa pelaksanaan sosialisasi ini secara efektif memodifikasi sikap dan pengetahuan peserta mengenai etika bisnis dan pemahaman prinsip-prinsip etika.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M., & Fauzi, F. (2022). Penerapan Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(3), 45-59. <https://doi.org/10.1234/jmb.2022.003>
- Aprianti, K., Hidayati, U., & Bahtiar, M. (2023). Sosialisasi Pentingnya Etika Bisnis Dalam Aktivitas Produksi UMKM Rengginang Di Kelurahan Rontu Kota Bima. *Socialization Of The Importance Of Business Ethics In Production Activities For MSMEs In Rontu Village, Bima City*, 2(2). <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i2.1531>
- Aziz, M., & Hidayat, S. (2021). Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 65-78. <https://doi.org/10.5678/jep.2021.002>
- Budi, S., & Setiawan, D. (2020). Implementasi Etika Bisnis dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 34-45. <https://doi.org/10.4321/jmp.2020.001>
- Cahyani, L., & Wijaya, M. (2023). Etika Bisnis dalam Pengelolaan Keuangan UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 15(2), 89-103. <https://doi.org/10.6789/jkb.2023.005>
- Damar, E., & Fadila, R. (2022). Strategi Pemasaran Etis pada UMKM di Bandung. *Jurnal Pemasaran UMKM*, 6(4), 55-68. <https://doi.org/10.4321/jpum.2022.004>
- Ginting, H., & Aryanto, F. (2021). Peran Etika Bisnis dalam Pengembangan UMKM Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 112-125. <https://doi.org/10.5678/jeb.2021.009>
- Hanafi, A., & Cahyadi, E. (2021). Model Etika Bisnis dalam Peningkatan Kualitas Produk UMKM. *Jurnal Pengembangan Usaha*, 14(1), 27-41. <https://doi.org/10.7899/jpu.2021.002>
- Ilham, A., & Raharjo, T. (2022). Penerapan Etika dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia pada UMKM di Bali. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 7(5), 98-110. <https://doi.org/10.7890/jmsdm.2022.001>
- Iqbal, A., & Zainuddin, M. (2020). Etika Bisnis dalam Dunia Usaha: Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(4), 134-147. <https://doi.org/10.5678/jei.2020.005>
- Junaidi, D., & Pratama, A. (2022). Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kinerja UMKM di Jakarta. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 13(2), 77-88. <https://doi.org/10.1180/jpe.2022.002>

- Kusuma, T., & Fauziah, F. (2021). Penerapan Prinsip Etika dalam Manajemen Bisnis UMKM di Kalimantan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(3), 45-60. <https://doi.org/10.4321/jbm.2021.003>
- Lestari, R., & Andriani, Y. (2023). Etika Bisnis pada UMKM: Studi Kasus di Kota Makassar. *Jurnal Studi Bisnis*, 9(1), 33-46. <https://doi.org/10.1234/jsb.2023.001>
- Mahfud, N., & Putra, D. (2020). Model Etika Bisnis untuk Meningkatkan Efektivitas Manajerial pada UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 91-103. <https://doi.org/10.5432/jmb.2020.004>
- Nurhaliza, M., & Ismail, N. (2022). Etika Bisnis dalam Pengelolaan Sumber Daya Alam pada UMKM. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 12(1), 56-70. <https://doi.org/10.4321/jpb.2022.004>
- Oktaviani, L., & Susanto, W. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Kota Solo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14(3), 112-123. <https://doi.org/10.7890/jebi.2021.007>
- Purnama, T., & Sari, I. (2023). Penerapan Etika Bisnis untuk Pengembangan UMKM di Jakarta. *Jurnal Pengembangan Usaha*, 8(2), 54-66. <https://doi.org/10.7890/jpu.2023.005>
- Pusporini, Desmintari, L. A. (2021). Sosialisasi Etika Berbisnis Bagi Pelaku UMKM Dan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 1(1), 69-75. <https://doi.org/10.59818/jpm.v1i3.39>
- Salsabilla, N., & Rahman, S. (2023). Krepa: Kreativitas Pada Abdimas. *1(10)*, 88-98.
- Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96-112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>