



Penerapan Etika Berbisnis dalam Operasional Usaha Pelaku UMKM Didesa Malaju, Kecamatan Kilo, Kabupaten Dompu

Implementation of Business Ethics in the Operations of MSMEs in Malaju Village, Kilo District, Dompu Regency

Muhammad Yusuf ^{1*}, Ibril Umar Batistuta ², Fitratul Aqidah ³, Tri Wulandari ⁴,
Nurhasanah ⁵

¹⁻⁵ Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

*Penulis korespondensi : muhammadyusuf@gmail.com

Article History:

Received: Januari 28, 2024

Revised: Februari 12, 2024

Accepted: Februari 26, 2024

Published: Februari 28, 2024

Key words: ethics, HR, LEAFLET, MSMEs, Sustainability of MSMEs

Abstract, In doing business, both large and small businesses need to pay attention to business ethics. Ethics is behavior that a person carries out morally in accordance with applicable norms. Bu Marifa umkm is an umkm that operates in the field of food production in the form of sea products, umkm ibu marifa is located in West Paropa hamlet, malaju village, kilo subdistrict, dompu district. It is necessary to apply ethics in doing business with the method offered to partners/MSMEs in the form of 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.

Abstrak

Dalam berbisnis baik bisnis besar maupun bisnis kecil perlu memperhatikan etika dalam berbisnis. Etika merupakan perilaku yang dilakukan seseorang secara moral yang sesuai dengan norma yang berlaku. Umkm bu marifa adalah umkm yang bergerak dibidang produksi makanan berupa hasil laut, umkm ibu marifa bertempat di dusun paropa barat, desa malaju, kecamatan kilo, kabupaten dompu.kegiatan sosialisasi tentang penerapan etika dalam berbisnis dikarenakan umkm ibu marifa terletak didusun yang padat akan penduduk jadi diperlukan untuk menerapkan etika dalam berbisnis dengan 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: etika, kelangsungan umkm, LEAFLET, SDM, umkm

1. PENDAHULUAN

Menurut (Purba, 2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa UMKM adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari berskala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perorangan Ina Primiana menerangkan bahwa UMKM merupakan pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian guna mewadahi program prioritas serta pengembangan berbagai sektor dan potensi.

Umkm merupakan usaha yang sangat banyak digemari pada masa sekarang, karena umkm membutuhkan modal yang sedikit serta tidak memiliki banyak syarat jika ingin memulai usaha dirumah dan menjadikan usaha umkm.

Penerapan etika dalam berbisnis Menurut Bertens, bisnis yang etis harus dilihat dari tiga sudut pandang yaitu ekonomi, hukum, dan moral. Sederhananya, praktik etika bisnis menghasilkan keuntungan tanpa merugikan orang lain, tidak melanggar aturan hukum, dan sesuai dengan standar moralitas. Fahmi berpendapat bahwa etika bisnis merupakan aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak. Aturan-aturan tersebut bersumber dari aturan tertulis maupun tidak tertulis. Apabila suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka akan mendapatkan sanksi

Etika bisnis adalah seperangkat norma dan nilai-nilai moral secara umum yang perlu diterapkan sebagai dasar pertimbangan dalam segala proses pengambilan keputusan di perusahaan. Dalam hal ini, etika bisnis akan mempertimbangkan konsekuensi sosial, lingkungan, serta ekonomi dari berbagai keputusan dan tindakan yang hendak dilakukan. Lebih lanjut, etika bisnis adalah hal yang perlu diterapkan saat perusahaan beroperasi, serta berinteraksi dengan karyawan, pelanggan, mitra, hingga masyarakat umum. Jadi, dalam mengerjakan tugas keseharian, karyawan dan manajemen perusahaan haruslah menjadikan etika bisnis sebagai pedoman serta standar untuk berperilaku

Prinsip etika dalam berbisnis

1. Kejujuran

Prinsip pertama dalam etika bisnis adalah kejujuran. Prinsip ini menjadi dasar penting yang perlu dipatuhi seluruh perusahaan, baik modern maupun konvensional. Kejujuran di sini tak hanya berkaitan dengan harga yang ditawarkan, tetapi mencakup seluruh kegiatan operasional bisnis. Dengan dijunjungnya kejujuran, maka konsumen pun akan semakin loyal dan percaya pada perusahaan.

2. Kesetiaan

Kesetiaan juga merupakan prinsip etika bisnis yang perlu diterapkan segenap karyawan perusahaan, mulai dari atas sampai bawah. Prinsip kesetiaan dalam etika bisnis adalah bahwa seluruh elemen perusahaan harus dapat membedakan urusan profesional dengan pribadi. Dengan diterapkannya prinsip etika bisnis yang satu ini, maka seluruh karyawan diharapkan dapat secara serius dan fokus menjalankan tugasnya.

3. Otonomi

Prinsip otonomi dalam etika bisnis adalah kemampuan dan sikap pengambilan keputusan yang tepat sebagaimana mestinya. Jadi, seluruh karyawan perusahaan haruslah tegas dan sadar dalam membuat suatu keputusan, serta patuh akan nilai-nilai norma masyarakat. Sebab, keputusan dan tindakan yang tidak sesuai berpotensi akan ditinggalkan pelanggan sehingga perusahaan pun mengalami kerugian.

4. Integritas Moral

Menerapkan integritas moral merupakan kewajiban seluruh pihak internal dalam perusahaan demi menjaga nama baik suatu usaha. Sebab, integritas moral adalah prinsip etika bisnis yang dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata konsumen dan pihak lainnya.

5. Keadilan

Prinsip keadilan dalam etika bisnis adalah hak untuk diperlakukan sama dan setara sesuai dengan aturan yang berlaku. Berkenaan dengan ini, perusahaan dilarang untuk bersikap diskriminatif pada siapa pun, terutama kepada pihak yang berkontribusi dalam kegiatan operasional bisnis. Apabila prinsip keadilan dapat dijalankan dengan baik, maka hal ini bisa mendorong seluruh pihak untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan.

Contoh etika dalam berbisnis

Prinsip saling menguntungkan dalam etika bisnis merujuk pada perlunya kebermanfaatan dan keuntungan untuk seluruh pihak atas segala tindakan yang dilakukan perusahaan.

1. Mengingat nama. Contoh etika bisnis yang satu ini dapat membuat orang lain merasa lebih dihargai. Hal ini pun akan menciptakan hubungan baik pada pihak yang terlibat
2. Membuat sikap tubuh yang baik, seperti membungkuk, melakukan kontak mata, sedikit mencondongkan badan, serta jangan lupa untuk tersenyum
3. Mengucapkan maaf, tolong, dan terima kasih sebagai bentuk apresiasi serta rasa hormat kepada orang lain
4. Menggunakan pakaian yang rapi setiap bertemu orang lain
5. Menggunakan bahasa yang sopan saat berbicara dan berinteraksi, terutama kepada pelanggan

Etika dalam manajemen keuangan

Etika dalam keuangan berbicara tentang perilaku atau kegiatan keuangan yang secara etis benar atau salah. Etika bisnis yang diikuti oleh lembaga keuangan, jasa keuangan, atau pasar keuangan adalah bagian integral dari etika dalam keuangan. Secara umum digunakan untuk menggambarkan keuangan yang memperhitungkan penyaluran etis dari pengembalian keuangan bersama dengan faktor ESG (*environmental, social, dan governance*) atau lingkungan, sosial, dan tata kelola. Pada artikel kali ini kami akan membahas apa itu etika keuangan secara lengkap dan mendalam, serta mengenalkan kepada Anda beberapa prinsip dalam ilmu keuangan

Etika dalam sumber daya manusia

Etika merupakan ilmu pengetahuan normative yang bertugas memberikan pertimbangan perilaku manusia dalam masyarakat apakah baik atau buruk serta benar atau salah. Etika memiliki peranan yang sangat penting ketika keuntungan bukan lagi menjadi satu-satunya tujuan organisasi. Sebuah organisasi juga akan menjadi lebih sukses jika mempunyai perhatian pada etika, karena hal ini akan meningkatkan reputasi sebuah organisasi dan meningkatkan motivasi karyawan serta dapat mengurangi berbagai kerugian akibat perilaku yang kurang etis yang dilakukan oleh karyawan

Etika dalam pemasaran

kemungkinan besar mereka akan kehilangan kepercayaan dan tidak akan membeli produk atau layanan dari perusahaan tersebut lagi. Etika pemasaran tidak hanya penting untuk keberlangsungan perusahaan, tetapi juga merupakan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan memastikan kegiatan pemasaran yang etis, perusahaan dapat membantu membangun masyarakat yang lebih adil dan sejahtera. Di era digital seperti saat ini, etika pemasaran juga meliputi cara perusahaan menggunakan media sosial dan platform lainnya untuk menjangkau pelanggan. Namun, tidak semua perusahaan memahami pentingnya menjalankan kegiatan pemasaran secara etis.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik observasi dan studi kepustakaan. Metode observasi adalah kegiatan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yang bisa dilakukan dengan mengamati dan mewawancarai pelaku UMKM yaitu ibu Marifa fenomena yang sedang terjadi belakangan ini. Metode kajian perpustakaan (*library research*) merupakan teknik penelitian yang mana kajian berlandaskan pada pendapat ahli mengenai penerapan etika

bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaandagang. Penelitian Kepustakaan (Library research) ini memiliki aktivitas utama mengumpulkan laporan maupun hasil penelitian terkait yang sudah ada. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti peran etika bisnis dalam kelangsungan usaha perusahaan dagang. Edukasi dilaksanakan 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.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan pengamatan dan pendampingan pada usaha atau umkm ibu marifa adalah ibu marifa telah menerapkan etika dalam berbisnis yang sesuai norma yang berlaku kegiatan produksi yang di mana dalam proses produksi abon ikan tuna ibu marifa sudah menerapkan Norma dan Etika Bisnis dalam proses produksinya. Walaupun tidak menggunakan sarung tangan ibu marifa selalu mencuci tangan sebelum membuat atau memproduksi abon ikan tuna, selain itu juga bahan- bahan yang digunakan oleh ibu marifa merupakan bahan-bahan yang segar karna langsung diambil dari nelayan. Serta alat dan bahan yg dipakai selalu dicuci untuk dipastikan kebersihannya

UMKM ibu MARIFAH sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis pada usahanya, dimulai dari menjaga kebersihan selama memproduksi abon ikan tuna, karena setiap kali memproduksi ibu marifa selalu mencuci tangan terlebih dahulu dan menggunakan bahan yg segar serta peralatan yang telah dicuci bersih, selain menjaga kebersihan selama memproduksi abon ikan tuna sampai dengan proses penjualannya, ibu marifa juga telah menerapkan otonomi, kejujuran, keadilan dalam penjualan ditakaran produksinya, dan juga saling menguntungkan antara ibu marifah dan pembeli serta sudah menerapkan integritas moral pada usahanya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan ini, dapat disimpulkan sebagai berikut. 1. Etika bisnis merupakan etika yang harus dimiliki oleh pelaku umkm dalam cara berpikir dan bertindak untuk selalu komitmen guna melakukan apa yang benar dan menghindari apa yang tidak benar. Etika yang baik dalam berbisnis dapat mendorong dan dapat memberikan nilai yang positif bagi pelaku umkm tanpa merugikan orang lain . 2. Penerapan etika bisnis pada umkm ibu marifah sudah menerapkan prinsip- prinsip etika dalam bisnis pada usahanya abon ikan tuna. 3. Memberikan pelatihan dan pendampingan door to door dapat memperluas para pelaku umkm memperdalam tentang etika dalam usahanya.

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>
- 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>
- Lindungihutan. (2021). *Pengertian UMKM dan peranannya dalam perekonomian Indonesia*. Lindungi Hutan. Retrieved from <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-umkm-adalah/>
- Lindungihutan. (2021). *Pengertian UMKM dan peranannya dalam perekonomian Indonesia*. Lindungi Hutan. Retrieved from <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-umkm-adalah/>
- 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>
- OCBC. (2023, August 2). *Etika bisnis adalah*. OCBC Indonesia. Retrieved from <https://www.ocbc.id/id/article/2023/08/02/etika-bisnis-adalah#:~:text=Pengertian%20etika%20bisnis%20adalah%20seperangkat,proses%20pengambilan%20keputusan%20di%20perusahaan.>
- OCBC. (2023, August 2). *Prinsip etika bisnis dalam bisnis*. OCBC Indonesia. Retrieved from <https://www.ocbc.id/id/article/2023/08/02/etika-bisnis-adalah#:~:text=Prinsip%20keadilan%20dalam%20etika%20bisnis,berkontribusi%20dalam%20kegiatan%20operasional%20bisnis>
- OCBC. (2023, August 2). *Prinsip Etika Bisnis dalam Bisnis*. OCBC Indonesia. Retrieved from <https://www.ocbc.id/id/article/2023/08/02/etika-bisnis-adalah#:~:text=Prinsip%20keadilan%20dalam%20etika%20bisnis,berkontribusi%20dalam%20kegiatan%20operasional%20bisnis>
- 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>
- 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>
- Tirto. (n.d.). *Pengertian etika bisnis menurut ahli: Velsques hingga De George*. Tirto. Retrieved from <https://tirto.id/pengertian-etika-bisnis-menurut-ahli-velsques-hingga-de-george-gupP>
- Utama, A. N. B., Suryani, S., & AI, A. I. (2023). Analisa literasi keuangan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) batik di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 1275-1281. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1287>
- Utama, A. N. B., Suryani, S., & AI, A. I. (2023). Analisa literasi keuangan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) batik di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 1275-1281. <https://doi.org/10.22219/jmas.v8i1.3037>

- Wibawani, S. (2020). Pemberdayaan pengurus Aisyiyah dengan penguatan manajemen bisnis. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(1), 13-17. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11158>
- 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>