



Edukasi Etika Bisnis untuk Pelaku Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Kolo Kota Bima

Business Ethics Education for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kolo Village, Bima City

Muhammad Yusuf ^{1*}, Elisa Febrianti ², Mariam ³, Nurul Aulia ⁴

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

*Penulis korespondensi : yusufzm.stiebima@gmail.com

Article History:

Received: Oktober 20, 2024;

Revised: November 05, 2024;

Accepted: November 27, 2024;

Published: November 30, 2024

Keywords : Benefits of Ethics, Business Ethics Education, creative economy, leaflet, Micro Small Medium Enterprises (MSMEs)

Abstract, The purpose of this activity is to provide understanding to MSMEs about the importance of ethics in doing business. The educational activities carried out are expected to be able to increase the knowledge of the training participants regarding the importance of ethics in doing business and get to know the basic concepts of entrepreneurship, recognize, find and choose business opportunities, and start a business, and have a creative economy entrepreneurial spirit. The implementation method used is the delivery of material in the form of leaflets or brochures and a question and answer session between the training participants and the person in charge of the training. The material provided includes discussion of: a.) Application of Ethics in doing business for MSME actors, b.) Benefits of Ethics in doing business for MSME actors, c.) Purpose of Ethics in doing business for MSME actors, d.) Application of Ethical Principles in doing business for MSME actors MSMEs.

Abstrak

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada UMKM tentang pentingnya Etika dalam berbisnis. Kegiatan edukasi yang dilakukan diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan peserta pelatihan mengenai pentingnya Etika dalam berbisnis serta mengenal konsep dasar berwirausaha, mengenal, menemukan, dan memilih peluang usaha, serta memulai usaha, dan berjiwa wirausaha ekonomi kreatif. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah penyampaian materi dalam bentuk *leaflet* atau brosur dan sesi tanya jawab antara peserta pelatihan dengan penanggung jawab pelatihan. Materi yang diberikan meliputi pembahasan tentang : a.) Penerapan Etika dalam berbisnis bagi pelaku UMKM, b.) Manfaat Etika dalam berbisnis bagi pelaku UMKM, c.) Tujuan Etika dalam berbisnis bagi pelaku UMKM, d.) Penerapan Prinsip Etika dalam berbisnis bagi pelaku UMKM.

Kata Kunci : Edukasi Etika Bisnis, ekonomi kreatif, *leaflet*, Manfaat Etika, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan salah satu aktivitas kehidupan manusia dan bahkan telah merasuki sendi kehidupan masyarakat modern. Dengan fenomena ini mustahil orang terlepas dari pengaruh bisnis dan para produsen dimana-mana. Karena itu sangatlah logis jika dikatakan bahwa bisnis adalah bagian integral dari masyarakat dimanapun mereka berada dan akan mempengaruhi kehidupan mereka, baik secara negatif maupun positif.

Berdasarkan pernyataan di atas, dari perspektif etis, segala aktivitas bisnis dituntut untuk menawarkan sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, dalam arti, tidak menawarkan

sesuatu yang merugikan hanya demi meraih keuntungan sepihak. Para pelaku bisnis bisa saja berasumsi bahwasannya bisnis merupakan aktivitas netral dimana mereka terpanggil untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Mereka beranggapan bahwa aktivitasnya hanya untuk memenuhi permintaan masyarakat tanpa mempertimbangkan apakah barang atau jasa yang di produksi dan di pasarkan merugikan, atau berpotensi merugikan konsumen. Sikap netral memang merupakan salah satu prinsip yang harus dipegangi oleh para pelaku bisnis. Mereka dibenarkan menawarkan barang yang dibutuhkan manusia asalkan tidak memaksa konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang dihasilkan.

Dengan kenyataan itu, maka pengembangan etika bisnis harus menghadapi situasi dan kondisi kedalaman logika rasionalitas bisnis yang bersifat material dan karenanya telah menimbulkan ketegangan dan kerugiankerugian pada masyarakat. Dengan demikian pada konteks pertama, tugas utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas. Tetapi menyelaraskan disini bukan berarti hanya mencari posisi saling menguntungkan antara kedua tuntutan tersebut, melainkan merekonstruksi pemahaman tentang bisnis dan sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau perusahaan yang bersifat etis. Etis dalam pengertian sesuai dengan nilai-nilai bisnis pada satu sisi dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai kebatilan, kerusakan dan kedzholiman dalam bisnis pada sisi lainnya. Kedua, etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika.

Wahyuni, Endang, dan Wibawani (2020:16) berpendapat bahwa pentingnya manajemen bisnis bagi pelaku bisnis disekitar UMKM dapat dilihat dalam beberapa bidang pengetahuan manajemen antaranya *marketing*, *SDM*, keuangan, dan operasional. Bidang pemasaran, perlu adanya pengembangan system digital dengan tepat sasaran dan dapat menjangkau konsumen yang sangat luas, pada bidang *SDM* penguatan pada wawasan maupun keterampilan sehingga dapat mengelola usaha dengan terencana dan terorganisir. Penguatan di bidang keuangan sehingga dapat efektif dan efisien berkaitan dengan akses modal. Penguatan di bidang manajemen operasional seperti kualitas dari produk, sasaran distribusi, maupun efesiensi produksi. Velasquez (2005:74) berpendapat bahwa etika bisnis adalah studi yang difokuskan tentang moral yang benar dan salah, dan berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan institusi, dan perilaku bisnis. Di dalam etika bisnis keuntungan bukanlah satu-satunya tujuan organisasi, maka dari itu etika memiliki peranan yang sangat penting di dalam dunia bisnis. Menurut Kerin et al, etika adalah prinsip-prinsip

moral dan nilai-nilai yang mengatur tindakan dan keputusan dari seorang individu atau kelompok (dalam Story & Hess, 2010:61). Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwasannya seorang pelaku bisnis selaku individu yang berperan penting dalam bisnis tidak dapat dipisahkan dari prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang dianut. Perilaku yang tidak etis seperti memperlakukan karyawan secara tidak adil, menyalahgunakan penentuan harga dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan, tidak ada atau kurangnya kesejahteraan dalam organisasi, tidak adanya tanggung jawab social dan lingkungan, melakukan tindakan yang tidak etis terhadap sesama rekan bisnis saat menjalin kerjasama, dan berbagai pelanggaran etika lainnya. Keraf dalam Sutrisna (2010:57) menyatakan etika bisnis memiliki 5 prinsip-prinsip yaitu prinsip otonomi, keadilan, kejujuran, saling menguntungkan dan integritas moral.

Setelah mengikuti sosialisasi ini maka diharapkan peserta edukasi etika bisnis dapat menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam berbisnis. Untuk itu pada pelaksanaan sosialisasi para peserta untuk presentasi simulasi penerapan etika dalam berbisnis pada bidang usahanya masing-masing. Sehingga luaran yang diperoleh laporan persentasi simulasi penerapan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis.

2. METODE

Edukasi dilaksanakan dengan langkah kegiatan sebagai berikut :

1. Menghubungi dan berkoordinasi dengan pihak terkait yaitu perangkat Lurah dan pemilik UMKM.
2. Pelaksanaan dilakukan secara *door to door* sesuai dengan kesepakatan dengan pihak mitra.
3. Menyampaikan materi edukasi dengan menggunakan leaflet yang telah dibuat dan disiapkan sebelumnya.
4. Mitra mendengarkan dan memberikan respon pada materi sosialisasi yang dijelaskan melalui leaflet.

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah wawancara secara langsung atau *door to door*. Materi yang diberikan meliputi pembahasan tentang :

1. Penerapan Etika dalam berbisnis bagi pelaku UMKM
2. Manfaat Etika dalam berbisnis bagi pelaku UMKM
3. Tujuan Etika dalam berbisnis bagi pelaku UMKM
4. Penerapan Prinsip Etika dalam berbisnis bagi pelaku UMKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Kegiatan

Dalam kegiatan pengabdian kali ini target yang ingin dicapai adalah :

1. Para peserta Edukasi Etika Bisnis dapat memahami pentingnya menerapkan Etika dalam berbisnis
2. Para peserta Edukasi Etika Bisnis dapat memahami manfaat Etika dalam berbisnis
3. Para peserta Edukasi Etika Bisnis dapat memahami tujuan Etika dalam berbisnis
4. Para peserta Edukasi Etika Bisnis dapat memahami penerapan Prinsip Etika dalam berbisnis.

Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan pada :

Hari : Minggu

Tanggal : 08 Januari 2023

Waktu : 09.30-13.45WIB

Tempat : Kelurahan Kolo Kota Bima Nusa Tenggara Barat



Jenis Luaran Sesuai Rencana

Luaran dari kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam hal ini adalah pemahaman tentang penerapan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis untuk pelaku UMKM di Kelurahan Kolo dengan dibantu oleh Mahasiswa KKN-T MBKM Tim VIII STIE Bima agar dapat menjadi pengusaha yang professional. Para pelaku UMKM dapat saling berkompetisi sehat dengan mengedepankan kepuasan konsumen dengan menerapkan etika yang baik dalam berbisnis.

Mekanisme Evaluasi

Evaluasi dalam kegiatan ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Evaluasi keberhasilan kegiatan ini disesuaikan dengan metode yang dilakukan. Untuk kegiatan yang dilakukan dengan metode penyampaian materi dan Tanya jawab evaluasi yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengetahuan dan pemahaman atas materi yang telah diberikan.

Pelaksanaan Kegiatan

Tahap persiapan terdiri dari : a.) Penyiapan bahan materi sesuai dengan kebutuhan pelaksanaan kegiatan, b.) Melakukan koordinasi dengan pelaku UMKM sekitar Kelurahan Kolo, c.) Menyiapkan materi teori kegiatan, dan d.) Menyiapkan jadwal kegiatan selama satu hari efektif.

Tahap Pelaksanaan terdiri dari : a.) Presentasi materi Etika Bisnis, b.) Pengarahan untuk pelaku UMKM berbisnis dengan etika yang baik, c.) Implementasi pelaku UMKM dalam memahami prinsip-prinsip Etika Bisnis, d.) Memotivasi pelaku UMKM untuk dapat memahami dan menjalankan Etika Bisnis dalam berwirausaha untuk mencapai tujuan yang baik. Program pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk sebagai berikut :

1. Presentasi materi Etika Bisnis
2. Pengarahan untuk pelaku UMKM berbisnis dengan etika yang baik
3. Implementasi pelaku UMKM dalam memahami prinsip-prinsip Etika Bisnis
4. Memotivasi pelaku UMKM untuk dapat memahami dan menjalankan Etika Bisnis dalam berwirausaha untuk mencapai tujuan yang baik.

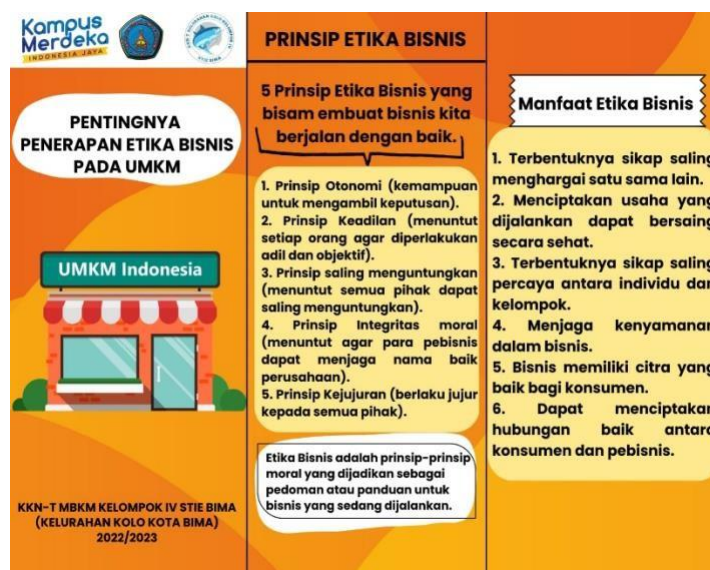
Pembahasan Kegiatan

Dalam Pengabdian Masyarakat ini Tim VII KKN-T MBKM di Kelurahan Kolo lebih mengarah pada pemahaman Pelatihan Etika Bisnis. Program pengabdian ini bertujuan untuk melakukan edukasi mengenai Etika dalam berbisnis dan pemahaman prinsip-prinsip Etika. Edukasi disampaikan dalam bahasa Nasional dan lokal serta dilanjutkan diskusi bebas dengan peserta. Dari respon yang disampaikan oleh peserta pelatihan menunjukkan bahwa sebagian

besar peserta memahami bagaimana berbisnis yang mengedepankan etika. Namun, sebagian besar setuju bahwa Etika sangat penting implementasinya dalam berbisnis. Hasil Edukasi menunjukkan terjadinya perubahan respon peserta. Disimpulkan bahwa program edukasi ini secara efektif memodifikasi sikap dan pengetahuan peserta mengenai Etika Bisnis dan pemahaman prinsip-prinsip etika.

Materi Kegiatan

Berikut ini adalah gambar paparan materi berupa *Leaflet* :



4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari kegiatan ini adalah :

1. Kegiatan edukasi yang dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan peserta pelatihan mengenai pentingnya Etika dalam berbisnis serta mengenal konsep dasar berwirausaha, mengenal, menemukan, dan memilih peluang usaha, serta memulai usaha, berjiwa wirausaha ekonomi kreatif dan menjadi *entrepreneur* yang mampu bersaing.
2. Kegiatan mendapatkan tanggapan positif oleh para peserta dari antusiasme yang ditunjukkan dengan banyak bertanya mengenai materi yang disampaikan serta pemahaman mereka ketika pemandu kegiatan mengajukan pertanyaan terkait Etika dalam berbisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, T., & Surya, A. (2022). Implementasi Etika Bisnis untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada UMKM di Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(4), 89-97. <https://doi.org/10.2233/jeb.2022.004>
- Irmawati, R., & Hidayati, A. (2020). Etika Bisnis dalam Pengelolaan UMKM di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 10(1), 62-74. <https://doi.org/10.1180/jme.2020.001>
- Istianingsih Sastrodiharjo, R. S. (2022). Edukasi Etika Bisnis Untuk Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk). *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10-15. <http://www.ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JAMEB/article/view/1084%0Ahttp://www.ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JAMEB/article/download/1084/910>
- Kurniawan, D., & Setyadi, R. (2021). Etika Bisnis dalam Praktik Pemasaran UMKM di Era Digital. *Jurnal Digital Marketing*, 4(2), 98-110. <https://doi.org/10.4321/jdm.2021.002>
- Lina Juliana Haurissa, M. P. (2014). Analisis Penerapan Etika Bisnis Pada Pt Maju Jaya Di Pare-Jawa Timur. *Agora*, 2(2). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenbisnis/article/view/2526/2284>
- Mahendra, A., & Cahya, R. (2021). Etika Bisnis pada UMKM di Sektor Kreatif di Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 19(1), 45-59. <https://doi.org/10.9043/jmb.2021.001>
- Mulyadi, A. (2019). Etika Bisnis dalam Menghadapi Persaingan Usaha pada UMKM di Bali. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(4), 112-120. <https://doi.org/10.5432/jek.2019.004>
- Pramono, T., & Nugroho, A. (2022). Peran Etika Bisnis dalam Mengelola Keuangan UMKM pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 6(1), 28-34. <https://doi.org/10.6789/jek.2022.001>

- Rizki, F., & Tanuwijaya, W. (2020). Etika Bisnis dalam Pemasaran UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 7(2), 109-121. <https://doi.org/10.4312/jiem.2020.002>
- Rohman, S., & Alamsyah, A. (2020). Penerapan Etika Bisnis di Industri Kecil dan Menengah. *Jurnal Studi Bisnis*, 8(2), 121-134. <https://doi.org/10.2050/jsb.2020.002>
- Sari, R., & Wibowo, Y. (2022). Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Keuangan*, 17(4), 133-144. <https://doi.org/10.6046/jebk.2022.004>
- Setiawan, R., & Handayani, R. (2020). Etika Bisnis dalam Bisnis Online di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 65-78. <https://doi.org/10.31294/jmp.2020.001>
- Sherin Maydiana, H. C. (2020). ETIKA BISNIS ISLAM DALAM ERA BISNIS KEKINIAN (STUDI KASUS KEDAI KOPI DISKUUPI SURABAYA). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 210- 221. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p210-221>
- Suryani, I., & Fajriani, S. (2020). Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan di Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 9(3), 77-85. <https://doi.org/10.7777/jpb.2020.003>
- Susanti, D. (2021). Penerapan Etika Bisnis di UMKM untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(3), 102-115. <https://doi.org/10.7899/jep.2021.003>
- Triyono, M., & Sari, P. (2021). Etika Bisnis dalam Mengelola Sumber Daya Manusia di UMKM. *Jurnal Sumber Daya Manusia*, 13(3), 105-118. <https://doi.org/10.7890/jsdm.2021.003>
- Wahyudi, S. (2021). Penerapan Etika Bisnis dalam Pengelolaan UMKM di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 45-58. <https://doi.org/10.5678/jeb.2021.002>
- Yusuf, M., & Ningsih, E. (2020). Analisis Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada UMKM di Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(2), 80-92. <https://doi.org/10.1055/jbm.2020.002>