



Sosialisasi Etika Bisnis untuk Manajemen Usaha Pelaku UMKM Istiqomah di Kelurahan Oimbo

Socialization of Business Ethics for Business Management of Istiqomah MSMEs in Oimbo sub-district

Kartin Aprianti¹, Alief Sofyan Lanang², Molita³, Yuliani Fitari⁴,
Muhammad Nur Haryadin⁵

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

Email: kartinaprianti93@gmail.com¹, aliefs Sofyanlanang.stiebima21@gmail.com²,

molita.stiebima21@gmail.com³, yulianifitari.stiebima21@gmail.com⁴,

muhammadnurharyadin.stiebima21@gmail.com⁵

Korespondensi penulis: kartinaprianti93@gmail.com *

Article History:

Received: November 12, 2024;

Revised: Desember 18, 2024;

Accepted: Januari 13, 2025;

Published : Januari 16, 2025

Keywords: business, ethics, MSME

Abstract. The conduct of business, whether on a large or small scale, is faced with significant ethical issues. Business ethics refer to the moral principles that must be upheld by business practitioners. This community service activity (PKM) focuses on MSMEs in the food industry, particularly cake businesses, in Oimbo village. The aim of this activity is to provide an understanding of the business ethics necessary for running a business, especially in densely populated areas. The method offered to partners/MSMEs is in the form of education/socialization using LEAFLETS which are carried out door to door. The material provided in the leaflet includes discussions on (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. In addition, it can provide knowledge about ethics in running a business.

Abstrak

Pelaksanaan Bisnis, baik skala besar maupun kecil, diharapkan pada masalah etis yang sangat penting. Etika bisnis mengacu pada prinsip moral yang harus dipegang oleh pelaku usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini berfokus pada UMKM di bidang industri makanan khususnya kue, di Kelurahan Oimbo. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang etika bisnis yang diperlukan dalam menjalankan usaha, terutama di lingkungan yang padat penduduk. 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: bisnis, etika, Umkm

1. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan aktivitas terintegrasi yang melibatkan pertukaran barang dan layanan yang saling menguntungkan, serta memiliki dampak pada lingkungan. Ini adalah proses sosial yang melibatkan individu atau kelompok tertentu dalam menciptakan kebutuhan dan keinginan terhadap suatu produk. Bisnis terdiri dari sekumpulan individu yang bersatu dalam suatu organisasi untuk menyediakan barang dan jasa yang dijual dengan tujuan memperoleh keuntungan. Mereka mempertimbangkan keinginan atau kebutuhan pelanggan, menciptakan peluang yang menjanjikan, berinvestasi dalam peluang tersebut, dan mencari informasi.

Dalam menjalankan suatu usaha, baik yang besar maupun kecil, terikat pada peraturan yang dinyatakan dalam etika. Etika merupakan seperangkat nilai dan prinsip yang mengatur perilaku individu atau kelompok terkait dengan apa yang dianggap benar dan salah. Etika bisnis mencakup cara yang digunakan dan diterapkan dalam aktivitas bisnis, meliputi semua aspek yang berkaitan dengan perusahaan, individu, serta masyarakat (Yusuf et al., 2023). Kegiatan bisnis yang berlandaskan etika dilakukan dengan metode yang baik serta cara berpikir yang sesuai dengan logika dan estetika yang ada di masyarakat. Dengan cara ini, bisnis yang beretika akan berjalan tanpa merugikan pihak lain.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam ekonomi lokal di berbagai daerah. Dalam hal ini, penerapan etika bisnis menjadi hal yang esensial untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan yang berkelanjutan dari UMKM tersebut. Etika bisnis mencakup perilaku yang bertanggung jawab, integritas, serta penyesuaian terhadap norma moral dalam operasional dan interaksi bisnis (Ferdinand et al., 2023). UMKM selalu menarik untuk diteliti, baik dalam studi akademis maupun dalam program pengabdian kepada masyarakat. Hal ini tidak mengejutkan, melihat bahwa sebagian besar masyarakat di Indonesia terlibat dalam UMKM. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2022 menunjukkan bahwa 99,99% dari total unit usaha merupakan UMKM. Banyaknya usaha tersebut mampu menyerap tenaga kerja, sehingga kontribusi UMKM terhadap ekonomi Indonesia cukup signifikan (Ansori et al., 2024).

Dengan kata lain, etika bisnis adalah perilaku yang dilakukan dalam kegiatan yang tidak melanggar aturan organisasi dan masyarakat. Dalam etika bisnis, setiap aktivitas harus sesuai dengan norma dan etika yang ada, dengan setiap tindakan didasarkan pada moralitas dan prinsip kebenaran yang disertai dengan tanggung jawab dari masing-masing pelaku bisnis.

2. METODE PENELITIAN

Sosialisasi dilakukan melalui serangkaian langkah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan kegiatan. Aktivitas yang dilakukan adalah mengumpulkan materi yang berhubungan dengan etika. Meneliti berbagai referensi literatur, menyusun bahan dalam bentuk leaflet. Serta meminta persetujuan dari aparat kelurahan Oi mbo terkait pelaksanaan sosialisasi.
2. Tahap pelaksanaan. Melaksanakan edukasi secara langsung dengan cara mengunjungi UMKM Istiqomah. Setelah itu, UMKM mendengarkan dan memberikan tanggapan terkait leaflet sosialisasi yang telah disampaikan.
3. Tahap evaluasi. Penyampai materi memberikan tanggapan dengan berdialog bersama pelaku UMKM.



Gambar 1. Leaflet Kegiatan Edukasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM yang menjadi tempat kegiatan adalah Ibu Rabiah bergerak dalam bidang industri makanan, yang beralamat di kampo ngaro RT. 10 RW.04 Kelurahan Oi mbo Kecamatan Rasanae Timur Kota Bima. Sudah mendirikan usaha makanan pada tahun 2020 dengan produknya yaitu Kue.

Sebagai gambaran produk UMKM adalah:



Gambar 2. Produk UMKM yang dihasilkan

Model IPTEKS Yang Ditransfer Kepada UMKM

Untuk mengatasi masalah yang dihadapi pengusaha, kegiatan ini menyediakan sumber daya untuk memahami bisnis dan etika bisnis. Tidak hanya perusahaan besar saja, usaha kecil menengah pun perlu memilikinya (Kartin Apriyanti, Umul Hidayati, 2023).

Nugroho (2015) dan Godfrey (2016) mengkategorikan standar etika menjadi tiga tingkatan: hukum, kebijakan dan prosedur, dan standar moral karyawan. 1) Hukum yang menentukan perilaku apa yang dapat diterima dan tidak dapat diterima oleh masyarakat secara keseluruhan. Hukum hanya menetapkan standar perilaku minimum (Pusporini, Desmintari, 2021). Pada saat yang sama, tindakan hukum mungkin tidak etis. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap hukum saja tidak cukup menjadi pedoman berperilaku etis. 2) Kebijakan dan prosedur organisasi yang menyediakan pedoman khusus bagi individu atau karyawan dalam pengambilan keputusan sehari-hari. 3) Sikap moral yang diambil karyawan terhadap perilaku tidak etis. situasi. Hal ini diatur oleh hukum atau kebijakan dan prosedur organisasi. Budaya perusahaan dapat mendukung atau melemahkan keyakinan karyawan tentang perilaku etis.

Etika bisnis adalah pemahaman tentang tindakan baik dan buruk dalam menjalankan bisnis. Perilaku etis menyampaikan keyakinan tentang perilaku benar dan salah yang memengaruhi orang lain. Perilaku etis adalah perilaku yang sesuai dengan norma-norma masyarakat yang berlaku umum mengenai tindakan yang bermanfaat atau merugikan (Etika Bisnis & Qomariyah, 2018).

Perilaku etis dalam bisnis

Menurut Mutmainnah (2022), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat kebijakan etika bisnis, antara lain:

- a. Moralitas pengendalian diri
- b. Tanggung jawab
- c. Kepercayaan untuk membangun hubungan yang berkelanjutan
- d. Tindakan adalah perbuatan yang diarahkan secara internal dan eksternal. Hubungan interpersonal (jika benar, sampaikan dengan benar)
- e. Menciptakan rasa saling percaya antara kelompok pengusaha yang kuat dan yang kurang kuat
- f. Kepercayaan sejalan dengan aturan main umum dan semua implementasi Bisnis harus menyelaraskan proses bisnis dengan etika bisnis yang disepakati dalam lingkungan

Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Ada beberapa prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan pedoman dalam segala bentuk bisnis (Fahmi, 2014). Juga, Susanto et al. (2023), termasuk

- a. Asas Otonomi :Kemampuan masyarakat dalam mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan sikap dan persepsinya terhadap apa yang menurutnya baik.
- b. Prinsip Kejujuran Ada tiga bidang bisnis yang jelas bahwa perusahaan tidak dapat bertahan dan sejahtera kecuali mereka bertindak jujur. Pertama, hormati ketentuan perjanjian dan kontrak Anda dengan itikad baik. Yang kedua adalah integritas dalam menyediakan barang dan jasa dengan kualitas dan harga yang sebanding. Ketiga, bersikaplah jujur dalam hubungan bisnis internal di dalam perusahaan
- c. Asas keadilan menghendaki agar semua orang diperlakukan sama dan bertanggung jawab, sesuai dengan aturan yang adil serta kriteria yang wajar dan objektif.
- d. Prinsip saling menguntungkan mengharuskan suatu perusahaan dijalankan sedemikian rupa sehingga setiap orang yang terlibat memperoleh manfaat.
- e. Prinsip integritas moral diakui secara jelas sebagai kebutuhan internal badan usaha dan perusahaan ekonomi. Dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus melindungi manajer, karyawan, dan reputasi perusahaan.

Lebih lanjut menurut Adiwarman (2015) dan Sha (2022), Presiden Karim Business Consulting (Nurjannah et al., 2023),ada beberapa nilai etika bisnis yang tidak boleh dilanggar.

- a. Kejujuran:Banyak orang mengira bisnis ini scam untuk mencari keuntungan. Hal ini jelas salah. Karena integritas adalah salah satu kunci kesuksesan bisnis. Kelangsungan hidup dalam persaingan ekonomi merupakan faktor penting.
- b. Keadilan:Perlakukan setiap orang sesuai dengan haknya. Contohnya mencakup upah kolektif yang disepakati bagi karyawan atau pembayaran bonus jika laba perusahaan meningkat. Tetapkan harga secara adil dan jangan menerima keuntungan yang merugikan konsumen, misalnya.
- c. Kerendahan hati:Jangan terlibat dalam bisnis yang tidak jujur. Misalnya, promosi produk yang berlebihan atau meremehkan produk pesaing, terutama melalui gambar dan font. Pada akhirnya, konsumen memiliki kesempatan untuk menentukan keaslian suatu produk/layanan. Banyak juga orang yang percaya bahwa penampilan dan ucapan yang terlalu sempurna membuat Anda menjadi orang jahat.
- d. Empati:Mengendalikan emosi. Tampil ramah dan bersahabat. Tidak hanya kepada pelanggan dan klien, tetapi juga kepada karyawan dan orang-orang yang mendukung perusahaan.

- e. Intelijen: Untuk menghasilkan pendapatan yang cukup, Anda memerlukan intelijen untuk menjalankan strategi bisnis Anda sesuai dengan peraturan yang berlaku. Lebih jauh lagi, informasi akan memungkinkan pengusaha untuk mengidentifikasi dan menghindari berbagai bentuk kejahatan tidak etis yang mungkin dilakukan pesaing mereka.

Etika Bisnis dan Etika Manajerial

Etika Bisnis: Perilaku Etis/Tidak Etis Pemilik Organisasi

- a. Etika Bisnis: standar perilaku yang memandu pekerjaan manajer. Tiga kategori termasuk etika bisnis dan etika manajemen:
- b. Perilaku Karyawan: Pedoman etika dan hukum menyatakan bahwa keputusan perekrutan dan pemecatan harus didasarkan pada kemampuan karyawan untuk melaksanakan pekerjaan tersebut. Sekitar tahun
- c. Perilaku Organisasi: Masalah etika dapat muncul dalam kasus konflik kepentingan, kerahasiaan, dan integritas.
- d. Perilaku terhadap karyawan:

Etika juga tercermin dalam hubungan antara pemilik dan karyawan. Inilah yang disebut hubungan prinsipal-agen. (Puspolini, Desmintari, 2021)



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Edukasi

4. KESIMPULAN

Sosialisasi mengenai prinsip-prinsip etika bisnis untuk pelaku UMKM Istiqomah di Kelurahan Oimbo telah berhasil memberikan wawasan yang signifikan tentang nilai-nilai etika dalam dunia usaha. Melalui pendekatan edukatif secara langsung dengan bantuan leaflet, para mitra UMKM menunjukkan minat yang besar dalam memahami pentingnya etika, keuntungan yang diperoleh, serta bagaimana menerapkan etika dalam aspek keuangan, pemasaran, produksi, dan manajemen sumber daya manusia. Aktivitas ini tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya perilaku etis dalam bisnis, yang dapat membantu kelangsungan dan perkembangan UMKM di kawasan yang padat

penduduk. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis yang baik diharapkan dapat mendorong UMKM untuk beroperasi dengan cara yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

DAFTAR REFERENSI

- Ansori, I., Sumiarsih, M., Nugraha, G., Maulida, H., & Kusumah, D. (2024). Implementasi etika dalam bisnis pada UMKM di wilayah Kecamatan Cisayong. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 433.
- Apriyanti, K., & Hidayati, U. (2023). Socialization of the importance of business ethics in production activities for MSMEs in Rontu Village, Bima City. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 204–209.
- Etika Bisnis, P., & Qomariyah, N. (2018). Pelanggaran etika bisnis (Kajian kasus-kasus pelanggaran bisnis di Indonesia). *Volume 4 Nomor 2 Tahun 2018*, 4(2), 37–48.
- Fahmi, I. (2014). *Etika bisnis*.
- Ferdinand, N., Kumala, D., Hasan, S. S. E., Utarindasari, D., Herawati, E., & Usman, U. (2023). Penerapan etika bisnis syariah dalam kinerja pelaku UMKM pada sektor perdagangan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 4(1), 65–71. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i1.107>
- Nurjannah, Sofyan, I. F., Wahyudin, Parmitasari, R. D. A., & Sudirman. (2023). Integrasi etika bisnis Islam dalam praktik tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 1–23.
- Pusporini, & Desmintari, L. A. (2021). Sosialisasi etika berbisnis bagi pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 1(1), 69–75.
- Yusuf, M., Apriyanti, K., Mulyadin, N., Nursaqinah, S., & Julfiati, I. (2023). Penerapan etika berbisnis dalam operasional usaha pelaku UMKM di Kelurahan Rontu. *Jurnal Pengabdian KBP*, 1(2), 105–112.