



Sosialisasi Pentingnya Etika Bisnis dalam Aktivitas Produksi UMKM Telur Asin di Kelurahan Penanae Kota Bima

Socialization of the Importance of Business Ethics in MSME Production Activities Salted Eggs in Penanae Village, Bima City

Kartin Aprianti^{1*}, Nufus Al Maidah², Sarina³, Fauzan⁴, Indah Syari⁵,
Nurbaiti Raodatun Nadita⁶

¹⁻⁶Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

Korespondensi penulis : nufusalmidah.stiebima21@gmail.com*

Article History:

Received: November 20, 2024

Revised: Desember 21, 2024

Accepted: Januari 10, 2025

Online Available: Januari 13, 2025

Keywords: Coral reef preservation,
coastal ecosystem, community
awareness.

Abstract: This research was conducted with the aim of helping MSME actors, particularly salted egg MSMEs in Penanae Village, to understand the importance of applying business ethics principles in their operations to create a good business system. This is also important to establish a healthy relationship between MSME actors and consumers. The method offered to partners/UMKM is in the form of education/socialization using LEAFLETS conducted door to door. The material provided in the leaflet includes discussions on (1) The Role of Ethics in Business for UMKM actors, (2) Benefits of Business for UMKM actors, (3) Application of ethical principles in business activities such as finance, marketing, production, and HR. The results of the education show a change in participants' responses, with a better understanding of attitudes and knowledge regarding business ethics.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar para pelaku UMKM terlebih UMKM Telur Asin di Kelurahan Penanae untuk memahami pentingnya penerapan prinsip-prinsip etika bisnis dalam melaksanakan usahanya agar tercipta system usaha yang baik, hal ini juga penting dilakukan agar terjalin hubungan sehat antara pelaku UMKM dengan para konsumen. 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 edukasi menunjukkan terjadinya perubahan respon peserta dengan lebih memahami sikap dan pengetahuan mengenai etika bisnis.

Kata Kunci: Sosialisasi, Pengelolaan Usaha, UMKM; Etika Bisnis

1. PENDAHULUAN

Dalam menjalankan bisnis, etika menjadi acuan agar setiap tindakan yang dilakukan tidak menyalahi aturan atau norma yang berlaku. Dengan kata lain, etika bisnis memastikan bahwa semua aktivitas bisnis dilakukan secara baik dan benar.

Etika bisnis merupakan suatu topik yang mulai menarik perhatian masyarakat dunia sejak abad ke 20 etika bisnis sebenarnya sudah mulai di bicarakan para ahli sejak abad 19, namun mulai jadi sorotan publik sekitar abad ke 20 ketika banyak orang mulai menerapkannya pada perusahaan dan menjadi bahan pembicaraan yang hangat (Yusuf et al., 2024). 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. (Silviah & Novieati Dwi Lestari, 2022).

Dengan adanya etika bisnis yang dimiliki oleh para pelaku usaha, dapat membantu usahanya berkembang dikarenakan adanya etika yang dimiliki dalam berbisnis sangat baik, apa saja contoh etika bisnis dalam UMKM yaitu berkata jujur, menggunakan bahasa yang baik, bersikap sopan, melayani konsumen dengan baik, berpakaian rapi, selalu tersenyum dan ucapkan terima kasih (Kartin Apriyanti, Umul Hidayati, 2023).

Usaha binaan UMKM Telur Asin ini dimiliki oleh ibu bernama ibu Rahma, kegiatan produksinya masih dilakukan di rumah atau belum memiliki tempat khusus untuk pembuatan telur asin tersebut. Produk dibuat tidak setiap hari dan di buat pada saat musim itik bertelur, yang membuat langsung produk ini pemiliknya yaitu ibu Rahma dengan dibantu oleh anggota keluarganya. Ibu rahma sendiri sudah memiliki distributor tetap yang membeli telur asin untuk dijual kembali di pasar, dan penjualannya pun sudah sampai Sumbawa.

Maksud dan tujuan dari dilakukannya sosialisasi tentang pentingnya penerapan etika bisnis pada UMKM adalah agar para pelaku UMKM menyadari pentingnya etika dalam berbisnis dan menerapkan perilaku tersebut dalam usahanya, sehingga usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar. Etika bisnis yang baik meliputi berkata jujur, bersikap sopan, berpakaian baik, selalu tersenyum dan mengungkapkan rasa terima kasih. Selain itu, kami juga mengsosialisasikan bahwa peran etika bisnis dalam aspek pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia juga akan berlaku pada UMKM. Tujuannya adalah untuk menyampaikan kepada para pemangku kepentingan UMKM bahwa penerapan ketiga unsur tersebut sangat penting.



Gambar 1. Pemantauan Lokasi Produksi UMKM Telur Asin

2. METODE

Sosialisasi dilaksanakan dengan langkah kegiatan sebagai berikut :

1. Tahap persiapan kegiatan persiapan : Hal yang dilakukan adalah menyiapkan materi yang berkaitan dengan etika, menyusun materi berformat leaflet.
2. Tahap pelaksanaan : Melakukan edukasi secara *door to door* secara langsung menemui UMKM telur asin. Kemudian UMKM mendengarkan dan memberikan respon terkait leaflet sosialisasi yang telah disampaikan.
3. Tahap evaluasi : Pemateri memberikan respon dengan berdiskusi dengan pelaku UMKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Kurangnya pemahaman pelaku UMKM Telur Asin di Kelurahan Penanae mengenai pengelolaan usaha yang sesuai dengan etika bisnis ini perlu mendapatkan perhatian khusus berupa pemberian edukasi mengenai prinsip-prinsip etika bisnis sehingga hal ini mendorong kami melakukan sosialisasi melalui media leaflet yang akan di edukasikan.

Etika berfungsi menggugah kesadaran moral pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik dan etis didasari nilai-nilai luhur yang bermanfaat bagi konsumen, masyarakat dan demi menjaga nama baik bisnis sendiri dalam jangka panjang (Handayani, 2018)

Menurut (Andre Alkahfi & M. Nawawi, 2022) bisnis adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan margin keuntungan melalui penjualan, pembelian, dan pembuatan (produksi) barang. Bisnis, di sisi lain, terutama adalah aktivitas penjualan yang melibatkan pembuatan kesepakatan dengan perusahaan lain untuk memaksimalkan margin keuntungan. Disislain, menurut (Masni & Saleh, 2022) etika bisnis mengacu pada tindakan bisnis yang benar sesuai dengan norma-norma yang ada.

Sedangkan 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, Desmintari, 2021)

Tujuan dari kegiatan ini

1. Aspek Pemasaran, mendorong transparansi dan kejujuran dalam mempromosikan produk agar pelanggan merasa aman dan terpercaya
2. Aspek Produksi menjamin kualitas produk dan keselamatan kerja dengan mengikuti norma dan standar etika
3. Aspek Keuangan, mengedukasi pelaku UMKM tentang pentingnya akuntabilitas dan pengelolaan keuangan yang jujur untuk mencegah penipuan
4. Aspek SDM, membangun lingkungan kerja yang adil dan menghargai karyawan, sehingga meningkatkan motivasi dan produktivitas

Untuk dapat lebih meningkatkan peluang etika bisnis, UMKM juga dapat menjalin kemitraan dengan lembaga etika atau organisasi non-profit yang memiliki keahlian dalam bidang ini. Dengan bekerja sama dengan pihak-pihak terkait, UMKM dapat mengakses sumber daya dan dukungan tambahan untuk memperkuat praktik etis mereka dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya etika bisnis di kalangan karyawan dan pelanggan mereka (Bengu et al., 2024).

Dalam tahap persiapan, tim mempersiapkan *leaflet* sebagai media sosialisasi yang membantu para pelaku UMKM untuk dapat memahami arti penting dari penerapan etika dalam berbisnis. Adapun beberapa langkah persiapan yang tim lakukan dalam sosialisasi pentingnya etika bisnis dalam aktivitas produksi UMKM Telur Asin yang terletak di Kelurahan Penanae adalah:

1. Langkah awal dalam melakukan edukasi

Proses diskusi dan persiapan materi, menyiapkan materi edukasi yang mencakup apa itu etik bisnis, mengapa etika bisnis itu penting, penerapan etika bisnis dalam tiga aspek yaitu dalam aspek pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia (SDM). Materi ini akan di buat dalam bentuk leaflet yang menarik dan mudah untuk dipahami.

2. Permintaan ijin pelaksanaan edukasi

Permintaan ijin dilakukan secara langsung kepada pemilik UMKM Telur Asin yakni ibu Rahma. Kami meminta ijin untuk melakukan sosialisasi melalui leaflet untuk bisa dilaksanakan di rumah pemilik telur asin dan diperbolehkan.

3. Pembuatan leaflet

Proses pembuatan liflet menggunakan aplikasi canva. Liflet berisi materi edukasi yang telah di persiapkan sebelumnya. Leaflet dibuat dengan semenarik mungkin dengan menggunakan visual yang sederhana agar mudah untuk dipahami, serta pemilihan warna yang cerah, membuat leaflet ini menjadi alat komunikasi yang efektif. Serta tulisan yang singkat dan padat juga memudahkan pembaca untuk menangkap pesan utama yang akan disampaikan.



Gambar 2. Leaflet Sosialisasi

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi pentingnya etika bisnis dilakukan pada UMKM Telur Asin serta UMKM lainnya yang terletak di Kelurahan Penanae. Pelaksanaan dan pendampingan yang dilakukan berlangsung selama 1 hari. Sasaran pelaksanaan sosialisasi ini yakni pelaku UMKM Telur Asin di Kelurahan Penanae serta pelaku UMKM sekitar. Tujuan utama dilakukannya kegiatan ini adalah suatu upaya untuk menyampaikan pengetahuan serta pemahaman kepada para peserta tentang etika dalam berbisnis untuk kelangsungan usahanya. Penyuluhan atau sosialisasi tentang etika berbisnis harus dilakukan secara berkelanjutan agar para pelaku UMKM dapat menghadapi persaingan di masa yang akan datang dan pengetahuan tentang etika membantu perusahaan bertahan lebih lama.





Gambar 3. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi

Tahap Evaluasi

Mayarakat dan para pelaku UMKM menunjukkan tanggapan positif terhadap edukasi etika bisnis melalui leaflet. Leaflet yang digunakan sebagai alat bantu sosialisasi menarik perhatian dan membantu UMKM memahami pentingnya penerapan etika bisnis. Para pelaku UMKM merasa sangat terbantu dengan adanya edukasi tentang etika bisnis melalui leaflet ini. Informasi yang disampaikan sangat jelas dan mudah dipahami, terutama mengenai pentingnya menjaga kualitas produk dan kebersihan dalam proses produksi. Sebelumnya, para UMKM kurang memperhatikan hal-hal tersebut. Sekarang, mereka lebih berhati-hati dalam memilih bahan baku dan memastikan kebersihan peralatan produksi. Dengan menerapkan ilmu yang didapatkan dari leaflet ini, produk telur asin akan semakin berkualitas dan diminati konsumen.

UMKM juga dapat menjalin kemitraan dengan lembaga etika atau organisasi non-profit yang memiliki keahlian dalam bidang ini. Dengan bekerja sama dengan pihak-pihak terkait, UMKM dapat mengakses sumber daya dan dukungan tambahan untuk memperkuat praktik etis mereka dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya etika bisnis di kalangan karyawan dan pelanggan mereka.

Para pelaku UMKM merasa perlu menerapkan etika bisnis dalam kegiatan usahanya untuk meningkatkan kualitas usaha serta sebagai tolak ukur baru sejauh mana penerapan etika bisnis yang sudah dilakukan dalam bisnisnya.

4. KESIMPULAN

Pada Pengabdian Masyarakat ini, Tim kami fokus pada pemahaman etika bisnis dalam aktivitas produksi bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Penanae. Program pengabdian bertujuan untuk melakukan edukasi tentang etika dalam berbisnis dan pemahaman prinsip-prinsip etika bisnis. Edukasi dilakukan dalam bahasa yang mudah dipahami, dilanjutkan dengan diskusi bebas dengan para pelaku UMKM. Analisis respon menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memahami bagaimana berbisnis yang mengedepankan etika. Namun sebagian besar setuju bahwa mempraktikkan etika dalam berbisnis sangatlah penting. Hasil edukasi menunjukkan terdapat perubahan respon para pelaku UMKM. Dapat disimpulkan bahwa program edukasi ini efektif dalam mengubah sikap dan pengetahuan pelaku UMKM mengenai etika bisnis dan pemahaman prinsip-prinsip etika dalam berbisnis.

DAFTAR REFERENSI

- Alkahfi, M. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Peran etika bisnis dalam perusahaan bisnis di era globalisasi. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 1(2), 75–88. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v1i2.1675>
- Apriyanti, K., & Hidayati, U. M. B. (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.
- Bengu, H., Kelin, S. P., & Hadjon, R. P. (2024). Penerapan etika bisnis dalam kegiatan UMKM di era digital. *Timor Cerdas – Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Komputer Dan Rekayasa Sistem Cerdas*, 2(1), 1–7.
- Handayani, H. N. F. (2018). Pedoman pelaku dalam etika bisnis di PT. KF. *Sistem Informasi*, 1(2), 60–69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Masni, & Saleh, H. (2022). Implementasi e-marketing dan etika bisnis untuk meningkatkan volume penjualan bagi pelaku UMKM di masa pandemi Covid-19. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1777>
- Pusporini, & Desmintari, L. A. (2021). Sosialisasi etika berbisnis bagi pelaku UMKM dan masyarakat di Kecamatan Cilodong, Kota Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 1(1), 69–75.
- Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh etika bisnis Islam dalam meningkatkan UMKM: Studi literatur. *Dharma Ekonomi*, 10(1), 096–112. <https://doi.org/10.59725/de.v30i1.66>
- Yusuf, M., Kusumayadi, F., Amirulmukminin, A., & Rahman. (2024). Edukasi etika berbisnis dengan pemanfaatan leaflet pada UMKM Desa Raba Baka, Kabupaten Bima. *Jurnal Abdimas Kesosi*, 7(1), 46–53.