



Penerapan Etika Berbisnis dalam Operasional Usaha Pelaku UMKM Karijawa Permai (Abon) Dikelurahan Karijawa

Application of Business Ethics in Business Operations of Karijawa Permai MSME Actors (Abon) in Karijawa Village

Kartin Aprianti¹, Rosa Dwiyantri², M Rian Albar³, Kurnia Fajrianti⁴,
Miftahul Jannah⁵, Jumyati⁶, Resti Ningrum⁷, Efan Iryadin⁸,
Zahra Sausan⁹, Muhammad Rizalul Fikri¹⁰

¹⁻¹⁰ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

Korespondensi Penulis : rosadwiyantri.stiebima21@gmail.com

Article History:

Received: Desember 10, 2024;

Revised: Desember 25, 2024;

Accepted: Januari 11, 2025;

Online Available: Januari 13, 2025

Keywords: Business Ethics,
Karijawa Permai Msmes,
Sustainability, Consumer Trust

Abstract: Business ethics is a fundamental aspect in the management of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to ensure business sustainability and growth. This research discusses the role of business ethics in Karijawa Permai MSMEs, which focuses on building consumer trust, improving reputation, and creating harmonious relationships with stakeholders. Ethical practices, such as honesty in service, regulatory compliance, and social responsibility, help strengthen the position of these MSMEs in the competitive local market. In addition, consistent implementation of business ethics is able to increase employee loyalty and support environmental sustainability. The method offered to partners/MSMEs is 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 Doing Business for MSME Actors, (2) Benefits in Doing Business for MSME Actors (3) The Application of Ethical Principles in Doing Business in Finance, Marketing, Production and Human Resources Activities. The findings show that the effective implementation of business ethics not only improves operational performance, but also has a positive impact on local communities and economies. Thus, business ethics is a strategic element in optimizing the contribution of Karijawa Permai MSMEs to sustainable development. The activity also 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

Etika berbisnis merupakan aspek fundamental dalam pengelolaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Penelitian ini membahas peran etika berbisnis dalam UMKM Karijawa Permai, yang berfokus pada membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan reputasi, dan menciptakan hubungan yang harmonis dengan pemangku kepentingan. Praktik etis, seperti kejujuran dalam layanan, kepatuhan terhadap regulasi, dan tanggung jawab sosial, membantu memperkuat posisi UMKM ini dalam pasar lokal yang kompetitif. Selain itu, implementasi etika bisnis yang konsisten mampu meningkatkan loyalitas karyawan dan mendukung keberlanjutan lingkungan. 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. Temuan menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis secara efektif tidak hanya meningkatkan kinerja operasional, tetapi juga memberikan dampak positif bagi komunitas dan perekonomian lokal. Dengan demikian, etika berbisnis menjadi elemen strategis dalam mengoptimalkan kontribusi UMKM Karijawa Permai terhadap pembangunan yang berkelanjutan. Kegiatan menunjukkan juga bahwa mitra sangat antusias dalam mendengar dan berdiskusi selama kegiatan berlangsung. Selain itu dapat memberikan bekal pengetahuan tentang etika dalam menjalankan usaha.

Kata Kunci: Etika Bisnis, UMKM Karijawa Permai, Keberlanjutan, Kepercayaan Konsumen

1. PENDAHULUAN

Bisnis adalah kegiatan terpadu dimana pertukaran barang dan jasa yang menguntungkan juga berperan dalam lingkungan, dan merupakan proses social individu atau kelompok tertentu melalui proses menciptakan kebutuhan dan keinginan untuk suatu produk. Mahmud Machfoed menyatakan bisnis adalah usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Bisnis merupakan sekumpulan orang yang tergabung dalam suatu organisasi, menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba. Meperhitungkan apa yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen, membuat peluang yang menjanjikan dan berinvestasi pada peluang tersebut seta mencari inovasi (Elbert dalam Susriyanti dkk, 2021).

Dalam menjalankan suatu bisnis, usaha besar dan kecil terikat dengan peraturan yang tertuang dalam etika. Etika adalah suatu ilmu tentang nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku dalam suatu masyarakat yang berasal dari kebiasaan masyarakat tersebut (Khumar dan Srivastava, 2021). Oleh karena itu, bagian dari budaya perusahaan dan mengacu pada nilai-nilai internal yang menandakan keputusan berperilaku kepada lingkungan eksternal. Namun etika bisnis terkadang sering dilupakan oleh kebanyakan pelaku bisnis, padahal melalui etika bisnis seseorang bisamemahami suatu bisnis persaingan yang sangat sulit sekalipun, bagaimana kita harus bersikap manis, menjaga sopan santun, berpakaian yang baik serta bertutur kata yang baik (Hanser,2016). Etika bisnis memiliki pengaruh yang besar terhadap kegiatan bisnis (Rendtorff,2019). Etika Bisnis adalah cara yang digunakan dan diterapkan dalam kegiatan bisnis, mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan perusahaan, individu, serta masyarakat (Saban Echdar, 2019)). Etika bisnis merupakan unsure penting agar suatu bisnis dapat bertahan lama, etika bisnis menjadi prasyarat tumbuhnya sikap-sikap moral, khususnya sikap saling percaya, jujur, adil dan tanggungjawab (Aswand,2018).

Etika bisnis adalah cara menjalankan bisnis yang meliputi semua aspek individu, perusahaan, dan masyarakat. Etika dapat membentuk nilai, norma, dan perilaku karyawan dan manajer dalam membangun hubungan yang adil dengan mitra. Menurut Nugroho (2015) etika bisnis adalah pelaksanaan kegiatan bisnis yang mencakup semua aspek yang berkaitan dengan individu, bisnis bahkan masyarakat. Untuk itu, penting bagi organisasi untuk memahami perilaku etis dengan memprioritaskan tindakan moral pada masyarakat di mana mereka beroperasi. Memahami apa yang benar atau salah dan dapat diterima atau tidak dapat diterima berdasarkan harapan organisasi dan masyarakat merupakan pengertian dari Etika Bisnis (Ferrell, 2017).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam

mendukung perekonomian nasional, khususnya di daerah-daerah seperti Kelurahan Karijawa, Dompu. Salah satu UMKM yang menonjol di daerah ini adalah Karijawa Permai. UMKM Karijawa Permai, yang berlokasi di Kelurahan Karijawa, Dompu, merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang produksi abon daging sapi, daging ayam, dan daging ikan tuna putih. Usaha ini sudah didirikan sejak tahun 2018. Sebagai pelaku UMKM, penerapan etika bisnis menjadi salah satu aspek yang penting untuk menciptakan kepercayaan, keberlanjutan usaha, dan daya saing di pasar lokal maupun nasional. Penerapan etika bisnis dalam operasional usaha UMKM melibatkan berbagai aspek, seperti kejujuran dalam produksi, transparansi dalam penentuan harga, tanggung jawab terhadap kualitas produk, serta penghormatan terhadap hak-hak konsumen dan karyawan. Bagi Karijawa Permai, penerapan etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai panduan moral dalam menjalankan usaha, tetapi juga menjadi strategi untuk membangun reputasi baik dan meningkatkan loyalitas konsumen. Adapun kegiatan ini melibatkan UMKM Karijawa Permai, yang dimana produk yang di produksinya adalah abon. Gambar berikut merupakan produk yang dihasilkan oleh ibu Rahmawati



Gambar 1. Produk yang dihasilkan

2. METODE

Edukasi dilaksanakan dengan langkah kegiatan sebagai berikut:

1. Menghubungi dan berkoordinasi dengan pihak pemilik UMKM, dalam fase ini dimana kami menghubungi langsung pemilik UMKM yang akan kami bina untuk meminta izin serta mengajak berkolaborasi dengan UMKM Karijawa Permai.
2. Pada masalah yang perlu diangkat dalam kegiatan, Melakukan observasi ke tempat UMKM untuk melakukan observasi pada masalah yang perlu diangkat dalam kegiatan tersebut serta menemukan permasalahan yang akan menjadi kajian selanjutnya dalam

kegiatan ini.

3. Hal sebelum pelaksanaan kegiatan kami terlebih dahulu menyiapkan materi terkait etika bisnis yang akan kami paparkan kepada pihak UMKM binaan, melakukan pengkajian acuan literatur serta menyusun berformat leaflet. Pelaksanaan kegiatan ini kami berkoodinasi terlebih dahulu kepada pihak UMKM untuk menentukan jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan. Pelaksanaan dilakukan secara door to door sesuai dengan kesepakatan dengan pihak mitra
4. Menyampaikan materi edukasi/sosialisasi dengan menggunakan leaflet yang telah dibuat dan disiapkan sebelumnya.
5. UMKM mendengarkan dan memberikan respon yang positif pada materi sosialisasi yang dijelaskan melalui leaflet

3. HASIL

UMKM yang menjadi salah satu tujuan kami melaksanakan kegiatan adalah Ibu Rahmawati yang bergerak dibidang industri makanan yang berada di Kelurahan Karijawa Kecamatan Dompu. Sudah mendirikan usahanya sejak tahun 2018 dengan produk makanan yang di produksi abon daging sapi, daging ayam, dan daging ikan tuna putih. Adapun gambaran produk hasil produksi UMKM Karijawa Permai :



Gambar 2. Produk UMKM yang dihasilkan

Berdasarkan penelitian dan observasi terhadap UMKM Karijawa Permai, ditemukan bahwa penerapan etika berbisnis memiliki dampak signifikan terhadap berbagai aspek usaha, seperti kepercayaan konsumen, loyalitas karyawan, dan hubungan dengan pemangku kepentingan. Adapun hasil utama yang ditemukan adalah: 1.) Peningkatan Kepercayaan Konsumen Konsumen Karijawa Permai menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap

transparansi harga, kualitas produk, dan layanan yang diberikan. Kejujuran dalam berkomunikasi dan pengelolaan komplain menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan pelanggan. 2.) Reputasi Bisnis yang Positif Reputasi Karijawa Permai di kalangan masyarakat lokal cenderung positif karena konsistensi dalam menjaga etika berbisnis. Hal ini meningkatkan daya tarik usaha dan mendukung keberlanjutan bisnis di pasar lokal. 3.) Hubungan Harmonis dengan Karyawan dan Mitra Karyawan merasa dihargai melalui lingkungan kerja yang sehat dan penghargaan yang adil. Selain itu, hubungan dengan pemasok berjalan dengan baik karena perusahaan selalu menepati perjanjian, termasuk pembayaran tepat waktu. 4.) Kontribusi terhadap Lingkungan dan Sosial Karijawa Permai juga mulai menerapkan inisiatif tanggung jawab sosial, seperti mengurangi penggunaan plastik dan memberdayakan masyarakat lokal dalam proses produksi. 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 (Susriyanti dkk, 2021).



The infographic is divided into three main sections. The left section, titled 'MEMBANGUN BISNIS BERKELANJUTAN DENGAN INTEGRITAS', lists five key areas: 'Kolaborasi dan Kemitraan yang Etis', 'Membangun Kepercayaan dan Reputasi', 'Tanggung Jawab Lingkungan', 'Manfaat Finansial', and 'Menjaga Kesehatan Bisnis'. The middle section, 'APA ITU ETIKA BISNIS?', defines business ethics as moral principles and values guiding business activities and lists five examples: 'Kejujuran dalam produk dan layanan', 'Mengutamakan kualitas produk', 'Perlakuan adil terhadap pelanggan', 'Transparansi harga', and 'Perilaku Menghargai dan Melindungi Data Privasi Pelanggan'. The right section, 'PENTINGNYA PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA UMKM', features the 'Kampus Merdeka' logo and an illustration of a shopkeeper and customer. At the bottom, it identifies the source as 'KEM TIM IX KELUBAHAN KARJAWA DOMPU'.



Gambar 4. Foto Sosialisasi dan leaflet secara door to door

4. KESIMPULAN

Etika berbisnis memainkan peran penting dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM Karijawa Permai. Praktik etis yang diterapkan tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas karyawan, tetapi juga memperkuat reputasi bisnis secara keseluruhan. Dalam jangka panjang, integrasi etika ke dalam strategi operasional memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha dan kontribusi sosial-ekonomi di komunitas lokal. Namun, keberhasilan penerapan etika ini memerlukan komitmen penuh dari seluruh pihak yang terlibat.

Berdasarkan hasil kegiatan ini, diambil kesimpulan sebagai berikut. 1). Etika merupakan isu penting bagi pelaku UMKM karena dapat meningkatkan kesadaran terhadap pelaku UMKM pentingnya etika bisnis, serta membangun kepercayaan dengan konsumen dan mitra bisnis lainnya dan juga dapat meningkatkan kualitas produk pada UMKM tersebut. Etika yang baik dapat membawa dan memberikan nilai positif bagi bisnis yang bersangkutan. 2). Pelatihan door to door dilakukan untuk memperdalam pemahaman tentang etika bisnis mitra sehingga mitra dapat menjalankan bisnis secara etis.

5. DAFTAR REFERENSI

- Ali, M. H. (2020). Penerapan etika bisnis dan strategi manajemen saat pandemi Covid-19 bagi UMKM. *Eco-Entrepreneurship*, 6(1), 34–42. <https://doi.org/10.21107/ee.v6i1.8834>
- 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. <https://doi.org/10.62411/ja.v7i2.2053>
- Asry, S., Sugiarti, S., Sembiring, U., Sembiring, M., Sembiring, B., & Yulianti, E. B. (2022). Penerapan etika bisnis pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(December), 154–165. [Link

PDF](http://pkm.jagakarsa.ac.id/download_files.php?file=../img/pengmas/93PKM_smt Gnp 21_22.Penerapan Etika.dan bukti penunjang.pdf)

- 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*, 2(1), 1–7.
- Hasna, A. M. (2022). Pentingnya etika dalam pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Youth & Islamic Economic*, 3(2), 32. [Link PDF](#)
- Kartin Apriyanti, & 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.
- Lubis, M. B., Siregar, N. K., Maulida, S., & Marpaung, W. T. (2024). Penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 93–97.
- Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2023). Analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam terhadap usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada Rozza Bakery Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 13–26. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.115>
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan etika bisnis Islam dalam membangun loyalitas pelanggan pada PT. Tanjung Abadi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(1), 37–52. [https://doi.org/10.21927/jesi.2022.12\(1\).37-52](https://doi.org/10.21927/jesi.2022.12(1).37-52)
- Yusuf, M., Aprianti, K., Mulyadin, N., & Julfiati, I. (2023). Penerapan etika berbisnis dalam operasional usaha pelaku UMKM di Kelurahan Rontu. *Jurnal Pengabdian KBP*, 1(2), 105–112.