



## JURNAL ABDIMAS KESOSI

Halaman Jurnal: <https://ejournal.stikeskesosi.ac.id/index.php/abdimas>

Halaman Utama Jurnal: <https://ejournal.stikeskesosi.ac.id>



# EDUKASI ETIKA BERBISNIS DENGAN PEMANFAATAN LEAFLET PADA UMKM DESA RABA BAKA KABUPATEN BIMA

Muhammad Yusuf <sup>a\*</sup>, Firmansyah Kusumayadi<sup>a</sup>, Amirulmukminin<sup>a</sup>, Aulia  
Rahman<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

Email: [yusufzm.stiebima@gmail.com](mailto:yusufzm.stiebima@gmail.com)\*

### ABSTRACT

*Fostered partners are partners formed by group IX KKN students who are in Raba Baka Village, while MSME actors are business actors who are in Raba Baka with types of business including trading businesses, small kiosks, furniture, bakulan, shops, and so on. This activity aims to provide knowledge to the fostered partners as well as MSMEs in Raba Baka Village about the business ethics that need to be possessed in doing business. The method offered to MSMEs is education / socialization using LEAFLET which is carried out door to door. The material provided in the leaflet includes a discussion of the role of ethics in business for MSMEs, the benefits of doing business for MSMEs. 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 business management.*

*Keywords: Business Ethics Education, Business Management, MSMEs*

### ABSTRAK

Mitra binaan adalah mitra yang di bentuk oleh mahasiswa KKN kelompok IX yang berada di Desa Raba Baka sedangkan pelaku UMKM yaitu pelaku usaha yang berada di Raba Baka dengan jenis usahanya antara lain Usaha dagang, kios kecil, Mebel, Bakulan, Kedai, dan lain sebagainya. Kegiatan ini memiliki tujuan untuk memberikan bekal pengetahuan kepada mitra binaan juga pelaku UMKM yang berada di Desa Raba Baka tentang etika bisnis yang perlu dimiliki dalam melakukan bisnis. Metode yang ditawarkan ke UMKM berupa edukasi/sosialisasi dengan menggunakan LEAFLET yang dilaksanakan secara *door to door*. Materi yang diberikan dalam leaflet meliputi pembahasan tentang Peranan Etika dalam berbisnis untuk pelaku UMKM, Manfaat dalam berbisnis untuk pelaku UMKM 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 manajemen usaha.

**Kata Kunci:** Edukasi Etika Bisnis, Pengelolaan Usaha, UMKM

## 1. PENDAHULUAN

Pengelolaan usaha merupakan upaya pengaturan secara menyeluruh untuk menjalankan sebuah usaha bisnis yang profesional dan menghasilkan tujuan bisnis yang di inginkan, baik dari aspek profit maupun tujuan lain sesuai dengan yang di inginkan oleh pihak pengelola bisnis. Sebuah proses pengaturan di perlukan agar sebuah usaha tidak sembarangan, mampu melakukan perencanaan, target-target yang di inginkan serta dapat mengantisipasi berbagai kemungkinan sebuah resiko usaha bisnis. Ali (2020) menjelaskan Didalam persaingan dunia usaha yang sangat kompetitif ini, etika bisnis niscasya diperlukan. Memperlakukan para *stocholder* (karyawan, konsumen, pemasok, pemodal, dan masyarakat umu) secara etis, adil dan jujur adalah satu-satunya cara untuk dapat bertahan didalam dunia bisnis seperti saat ini. Perilaku bisnis berdasarkan etika perlu diterapkan meskipun tidak menjamin berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, akan tetapi setidaknya akan menjadi rambu-rambu pengaman apabila terjadi pelanggaran etika yang menyebabkan timbulnya kerugian bagi pihak lain (Bernadine , 2022).

Bukhari dkk (2021) menjelaskan pentingnya manajemen bisnis bagi pelaku bisnis disektor UMKM dapat dilihat dari beberapa bidang pengetahuan manajemen antaranya marketing, SDM, keuangan, dan operasional. Ferrell dkk (2017) menyebutkan perlu adanya pengembangan sistem pemasaran 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 dibidang keuangan sehingga dapat efektif dan efisien berkaitan dengan akses modal. Penguatan dibidang manajemen operasional seperti kualitas dari produk, sasaran distribusi, maupun efisiensi produksi. Persaingan bisnis yang ketat guna memperebutkan perhatian konsumen, perusahaan harus mencari terobosan baru agar tetap eksis dalam persaingan bisnis. Usaha-usaha untuk mengimbangi dan mengantisipasi upaya -upaya pesaing harus memperhatikan faktor etika. Hal ini karena ada hubungan yang erat antara etika dan persaingan usaha, Hasoloan (2018). Hal ini aspek hukum dan aspek etika bisnis menentukan terwujutnya

persaingan yang sehat. Munculnya persaingan yang tidak sehat disebabkan karena peranan etika bisnis dalam persaingan usaha belum berjalan sebagaimana semestinya. Etika bisnis tidak akan dilanggar jika ada aturan dan sangsi-sangsi. Hal ini mewujutkan bahwa etika bisnis menjadikan satu aspek yang sangat penting untuk di pahami, dijalankan dalam dunia usaha. Etika bisnis mempunyai peran yang sangat penting untuk mendukung keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha dalam bisnis bukan hanya berdasarkan moral dan manajemen yang baik saja, tetapi harus memiliki etika bisnis yang baik. Perusahaan harus dapat mempertahankan mutu serta dapat memenuhi permintaan pasar yang sesuai dengan apa yang di anggap baik dan di terima masyarakat.

Pemahaman arti etika bisnis penting untuk di pelajar lebih awal oleh setiap orang yang akan terjun di dunia bisnis. Hal ini juga berlaku bagi UMKM mikro yang ada di desa- desa. Pemahaman etika bisnis yang baik akan membawa generasi muda untuk dapat berbisnis dengan baik dan beretika. Hal ini menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini bagai mana pelaku usaha mikro bisa memasarkan dan bersaing dengan usaha yang sudah berkembang.

Etika bisnis merupakan suatu topik yang mulai menarik perhatian masyarakat dunia sejak abat ke 20 etika bisnis sebenarnya sudah mulai di bicarakan para ahli sejak abat 19, namun mulai jadi sorotan publik sekitar abat ke 20 ketika banyak orang mulai menerapkannya pada perusahaan dan menjadi bahan pembicaraan yang hangat. Bisnis adalah kegiatan ekonomi , hal yang menjadi dalam kegiatan bisnis adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan serta interaksi manusiawi lainnya. Etika bisnis adalah cara yang digunakan dan diterapkan dalam kegitan bisnis, mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan perusahaan, individu, serta masyarakat (Haidar, 2020). 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. etika adalah prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur tindakan dan keputusan dari seorang individu atau kelompok (Kefar, 2010)

Perkembangan bisnis yang sangat cepat mengikuti arus globalisasi ini semakin memudahkan pembeli dalam membeli apapun dengan begitu persaingan persaingan dalam bisnis menjadi sesuatu yang wajar terjadi, bahkan bisa menggunakan segala cara demi bisnis tersebut bisa berjalan tanpa melihat etika seharusnya ada dalam bisnis. Kegiatan yang menghalalkan segala cara ini menjadikan para pelaku bisnis hanya bisnis sebagai sarana untuk mendapatkan untung dan bagai mana mendapatkan keuntungan lebih banyak serta mencapai pasar yang lebih luas tanpa melihat etika yang seharusnya. Kegiatan bisnis yang berlandaskan etika adalah bisnis yang dilakukan berdasarkan metoda- metoda yang baik serta cara berfikir yang sesuai dengan logika dan estetika yang berkembang dimasyarakat. Dengan demikian bisnis yang berdasarkan etika akan berjalan tanpa merugikan pihak lain. Memahami apa yang benar atau salah dan dapat diterima atau tidak dapat diterima berdasarkan harapan organisasi dan masyarakat merupakan pengertian dari etika bisnis (Sastrodiharjo, 2020) Dengan kata lain etika bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam kegiatan dengan tidak menyalahi aturan organisasi dan masyarakat. Didalam etika bisnis setiap kegiatan harus sesuai dengan norma dan etika yang berlaku dan setiap tindakan yang dilakukan atas dasar moralitas dan prinsip kebenaran yang disertai dengan tanggungjawab oleh masing-masing pelaku bisnis. Bisnis adalah sesuatu yang memerlukan kemahiran dan pengetahuan yang berkaitan dengan budaya suatu masyarakat. Setiap masyarakat di seluruh dunia memiliki cara hidup, budaya adat istiadat masing-masing.

Menurut Velasquez (2005) bahwa etika bisnis memiliki lima prinsip-prinsip yaitu prinsip ekonomi, keadilan, kejujuran, saling menguntungkan dan integritas moral . Siklus keuangan merupakan suatu sistem akuntansi yang mencatat dua kegiatan ekonomi, yaitu kegiatan bisnis untuk menambah modal dari pemilik dan kegiatan bisnis menggunakan modal untuk memperoleh aset produksi yang untuk memperoleh pendapatan. Dalam implementasinya siklus keuangan dapat diterapkan kesetiap individu apapun profesinya (Wibawani, 2020). Bisnis adalah suatu usah yang di percayakan oleh masyarakat kepada kita.

Oleh karena itu, kita diberi tugas untuk mengatur dan mengembangkan usaha kita

dengan sebuah cara yang tulus, untuk perkembangan masyarakat dan peningkatan hidup masyarakat. Sebuah usaha usaha tidak boleh menitiberatkan usahanya kepada keuntungan, semuanya akan membuat usaha tersebut maju. Dalam pengelolaan usaha harus di pikirkan dengan cermat keseimbangan antara kode etik masyarakat, kemajuan produksi dan bisa memperbaiki kehidupan masyarakat di sekitar. Kemajuan suatu usaha tidak akan terwujud tanpa kerja sama pegawai. Karena itu para pegawai di harapkan saling menghargai satu sama lain. Untuk dapat bersaing pdengan pelaku usaha yang lain perusahaan di tuntut untuk untuk memiliki ke unggulan bersaing dalam berbagai macam hal seperti kemampuan penyediaan produl atau jasa yang berkualitas, harga yang *komporitif* ( lebih murah di banding pesaing ) waktu penyerahan produk atau jasa dengan lebih cepat, dan pelayanan lebih baik dari pesaingnya, Rahaejo (2015). Kemampuan sebuah bisnis untuk melakukan itu akan memberikan jaminan eksistensi usaha di masa yang akan datang.

Kurang pahamnya pelaku UMKM di Desa Raba Baka mengenai pengelolaan usaha yang sesuai dengan etika bisnis ini perlu mendapatkan perhatian khusus berupa pemberian edukasi mengenai prinsip-prinsip etika bisnis melalui leaflet yang akan di edukasikan.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan yang diselenggarakan dalam kegiatan ini dilakukan dalam 3 tahap yaitu (1) tahap persiapan, (2) tahap kegiatan (3) tahap pendampingan. Tahap persiapan dilakukan dengan mengadakan survey atau observasi dimana kami sebagai mahasiswa KKN kelompok IX turun kelokasi tempat usaha UMKM agar mengetahui kesediaan pelaku UMKM untuk bekerjasama dengan kami dan untuk mengetahui apa sajakah permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menjalankankan usahanya. Sasaran dalam kegiatan ini adalah 6 UMKM yang ada di Desa Raba Baka.

Tahap kegiatan berisikan kegiatan-kegiatan yaitu edukasi mengenai pentingnya penerapan etika bisnis terutama pengelolaan usaha dilihat dari aspek SDM, pemasaran dan keuangan. Sedangkan tahap pendampingan berisikan

kegiatan pendampingan dalam penyusunan rencana pengelolaan usaha yang sesuai dengan etika bisnis pada pelaku UMKM melalui leaflet yang telah disediakan. Tahap kegiatan dan pendampingan 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 UMKM
3. Menyampaikan materi edukasi/sosialisasi dengan menggunakan leaflet yang telah dibuat dan disiapkan sebelumnya.
4. Pelaku UMKM mendengarkan dan memberikan respon pada materi sosialisasi yang dijelaskan melalui leaflet.



Gambar 1. *Leaflet* kegiatan Edukasi

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Persiapan kegiatan

Dalam kegiatan edukasi ini target yang ingin dicapai adalah :

- a. Para peserta yaitu pelaku UMKM memahami pentingnya menerapkan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis.

- b. Pelaku UMKM bersedia mengikuti sosialisasi yang dilakukan secara door to door yang dilakukan mahasiswa KKN kelompok IX.
- c. Pelaku UMKM memahami materi yang disampaikan mengenai leaflet yang sudah disediakan sebelumnya.

Setelah mengikuti sosialisasi yang dilakukan maka diharapkan pelaku UMKM dapat menerapkan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis terutama dalam pengelolaan usahanya. Adapun pelaku UMKM yang terlibat dalam kegiatan ini antara lain (1) Bengkel Najril, (2) UD. Icha Y.S, (3) Kedai Mie Ibu Rohana, (4) UD. Kedai Ndai, (5) Kios Mama Yuli dan (6) UD. Mebel Iskandar. Untuk itu pada pelaksanaan sosialisasi kami membagikan leaflet kosong untuk diisi oleh pelaku UMKM sehingga dengan itu diharapkan pelaku UMKM paham dengan materi yang disampaikan dan dapat mengimplementasikannya pada usaha yang mereka jalankan.

#### **Pelaksanaan Kegiatan**

Dalam kegiatan yang dilakukan ini kami selaku mahasiswa KKN lebih mengarahkan pelaku UMKM dalam hal memberikan pemahaman mengenai pengelolaan usaha yang sesuai dengan etika bisnis yang kami jelaskan melalui leaflet yang telah dibuat dan dibagikan pada pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan agar UMKM dapat menjalankan usahanya sesuai dengan etika dalam berbisnis. Dalam kegiatan yang telah dijalankan tersebut respon dari tiap UMKM sangat positif dan sebagian besar dari mereka memahami apa saja yang telah dijelaskan oleh anggota kami. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan terjadinya perubahan respon secara positif dari pelaku UMKM sehingga dapat disimpulkan bahwa edukasi yang kami lakukan pada tiap UMKM secara efektif memodifikasi sikap dan pengetahuan pelaku UMKM mengenai pemahaman akan pengelolaan usaha yang sesuai dengan etika bisnis.



**Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Edukasi**

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan bisnis yang berlandaskan etika adalah bisnis yang dilakukan berdasarkan metoda-metoda yang baik serta cara berfikir yang sesuai dengan logika dan estetika yang berkembang dimasyarakat. Metode pelaksanaan yang diselenggarakan dalam kegiatan ini dilakukan dalam 3 tahap yaitu tahap persiapan, tahap kegiatan dan tahap pendampingan. Semua rangkaian kegiatan tersebut diikuti dengan antusias oleh pelaku UMKM yang berada di Desa Raba Baka. Dari kegiatan edukasi tersebut juga dapat disimpulkan para pelaku UMKM memahami materi edukasi yang disampaikan melalui Leaflet yang telah dibagikan.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. H. (2020). Penerapan Etika Bisnis dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM. *Eco-entrepreneurship*, 6(1), 34-42.
- Bernadine (2022). *Implementasi Etika Bisnis dalam Operasi UKM Di Era Digital*. Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol 2, No 2.
- Bukhari, E., Narpati, B., Wibowo, A., Fikri, N., Nursal., M. F., & Yunita, T. (2021). *Pembekalan Perencanaan Keuangan Beriman*. 1(1).
- Ferrell, L. and Ferrell, O. C. (2017). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Haidar, Mohammad. (2020). *Penerapan Etika Bisnis dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM*. Vol.6 No.1



- Hasalona, Aswand,. 2018. Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. Jurnal Warta. Universitas Dharmawangsa.
- Keraf, S. (2010). *Etika Bisnis : Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sastrodiharjo, Istianingsih (2020). *Edukasi Etika Bisnis Untuk Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*. Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2 No. 1.
- Velasquez, Manuel G. (2005). *Etika Bisnis, Konsep dan Kasus - edisi 5*. Diterjemahkan: AnaPurwaningsih, Kurnianto dan Totok Budisantoso. Andi, Yogyakarta Wahyuni, Endang.
- Wibawani, S. (2020) *Pemberdayaan Pengurus Aisyiyah dengan Penguatan Manajemen Bisnis*. Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat, Vol 1 No 1, p. 13-17.