



Peningkatan Kesadaran Etika Bisnis Bagi Pelaku Umkm: Menuju Usaha Yang Berkelanjutan Dan Berintegritas

Astadi Pangarso¹⁾, Dematria Pringgabayu²⁾, Mochamad Arief Rahman Ramadhian³⁾

^{1,2,3}Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

Keywords :

Etika bisnis;
UMKM;
Keberlanjutan.

Correspondensi Author

Email:
astadipangarso@telkomuniversity.ac.id

History Artikel

Received: 28-10-2024
Reviewed: 01-11-2024
Revised: 04-11-2024
Accepted: 05-11-2024
Published: 01-12-2024

DOI:
10.52622/mejuajujabdimas.v4i2.190

Abstrak. Pelatihan etika bisnis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Bandung merupakan inisiatif strategis yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan praktik bisnis yang beretika di kalangan pelaku usaha kecil. Mengingat peran penting UMKM dalam perekonomian lokal, pelatihan ini bertujuan untuk membekali para pengusaha dengan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip etika bisnis yang meliputi transparansi, keadilan, tanggung jawab sosial, dan integritas. Metode yang digunakan adalah presentasi materi, diskusi dan tanya jawab, Teknik analisis adalah dengan menganalisis hasil diskusi dan tanya jawab. Hasil pengabdian masyarakat ini berdampak pada pemahaman akan etika bisnis serta praktik pelaksanaan bisnis yang beretika sesuai konteks UMKM demi keberlanjutan. Secara umum kegiatan pengabdian masyarakat menurut para peserta memberikan dampak baik dan berkelanjutan.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution
4.0 International License

Pendahuluan

“Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)” memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di Bandung. Namun, tantangan yang sering dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya pemahaman dan penerapan etika bisnis yang dapat berdampak pada kelangsungan usaha dan reputasi mereka. Etika bisnis yang kuat dapat membantu UMKM dalam membangun kepercayaan pelanggan, menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan, serta menghindari praktik yang merugikan pihak lain. Permasalahan untuk UMKM di Bandung (Jawa Barat) adalah adanya permasalahan keterbatasan pengetahuan dan unsur budaya yang berpotensi karyawan UMKM belum mampu melaksanakan etika bisnis yang etis baik dalam hubungan dengan pemilik maupun konsumen (Juliana et al., 2019; Machin et al., 2023; Pusporini, Desmintari, 2021).

Tujuan dari program pengabdian masyarakat ini adalah untuk:

1. Meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM di Bandung tentang pentingnya etika bisnis.
2. Membekali UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan praktis untuk menerapkan etika bisnis dalam operasional sehari-hari.
3. Mendorong terciptanya budaya bisnis yang beretika dan berkelanjutan di kalangan UMKM.
4. Membantu UMKM dalam membangun reputasi yang positif dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta mitra bisnis.

Program ini ditujukan kepada pelaku UMKM di Bandung, terutama mereka yang berada di daerah dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang pesat namun minim akses terhadap pelatihan formal terkait etika bisnis.

Metode

Menurut Bratton et al (2021) *“pelatihan adalah sesuatu proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan terorganisir, sehingga karyawan operasional belajar pengetahuan teknik pengerjaan dan keahlian untuk tujuan tertentu”*.

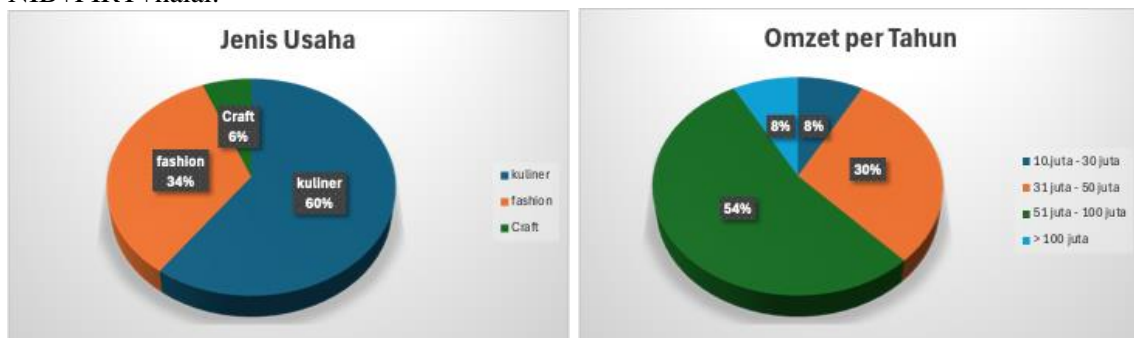
Pelatihan ini akan diselenggarakan secara interaktif, menggabungkan elemen-elemen kuliah dan diskusi. Para peserta akan aktif terlibat dalam proses pembelajaran, memperoleh pemahaman melalui pertukaran ide, serta mendiskusikan konsep-konsep yang dipresentasikan.

Detail materi pelatihan:

1. Identifikasi Kebutuhan:
Melakukan *profiling* dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan, tantangan, dan tingkat pemahaman mereka tentang etika bisnis.
2. Pengembangan Modul Pelatihan
Mengembangkan modul pelatihan etika bisnis yang komprehensif dan sesuai dengan konteks lokal. Modul ini mencakup topik-topik seperti transparansi, keadilan, dan integritas.
3. Pelaksanaan Pelatihan
Mengadakan sesi pelatihan tatap muka dan daring yang interaktif, melibatkan ceramah dan diskusi. Pelatihan akan difasilitasi oleh para ahli etika bisnis dan praktisi berpengalaman. Menyediakan sesi mentoring dan konsultasi individu melalui tanya jawab untuk membantu UMKM dalam menerapkan etika bisnis sesuai dengan kondisi spesifik mereka.
4. Pendampingan Berkelanjutan
Memberikan dukungan pasca-pelatihan melalui pendampingan berkelanjutan, seperti kunjungan lapangan, forum diskusi online, dan pembentukan komunitas UMKM beretika. Mengembangkan jaringan antar-UMKM untuk berbagi praktik terbaik dan pengalaman dalam menjalankan bisnis yang beretika.
5. Evaluasi dan Monitoring
Melakukan evaluasi terhadap efektivitas pelatihan dengan menggunakan kuesioner. Monitoring dilakukan secara berkala untuk menilai kemajuan penerapan etika bisnis di kalangan UMKM peserta.

Hasil dan Pembahasan

Hasil pertama kegiatan pengabdian Masyarakat ini adalah terkumpulnya profil pelaku UMKM pada gambar 1. Terdapat 3 jenis profil UMKM yaitu dari sisi jenis usaha, omzet per tahun dan legalitas usaha. Dari jenis usaha didominasi oleh usaha kuliner lalu fashion dan *craft*. Dari sisi omzet per tahun masih didominasi secara berurutan dari rentang 51-100juta rupiah; 31-50 juta rupiah; 10-30 juta rupiah dan lebih dari 100 juta rupiah. Masih adanya celah untuk adanya peningkatan omzet UMKM agar yang dominan bisa lebih dari 100 juta rupiah. Untuk kelengkapan legalitas usaha dimulai dari dominasi usaha yang telah memperoleh NIB+PIRT; NIB+halal; NIB+PIRT+halal dan NIB. Rata-rata UMKM sudah memiliki NIB akan tetapi akan juga terbuka peluang peningkatan UMKM untuk memiliki NIB+PIRT+halal.





Grafik 1. Profil Peserta Pelaku UMKM

Gambar 1 menunjukkan kegiatan ceramah dan diskusi tanya jawab saat kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung. Peserta banyak mendiskusikan mengenai cara melakukan sebuah bisnis yang tetap memperhatikan etika seperti misalnya cara bersaing yang sehat, bagaimana menawarkan produk yang lengkap dengan keterangan kandungan yang ada di dalamnya, sampai dengan bagaimana cara mengelola sumber daya manusia atau karyawan yang bekerja di dalamnya dengan tetap menjaga nilai-nilai etika dalam bisnis. Juga adanya permasalahan yang dihadapi terkait dengan integritas karyawan. Dapat difahami bahwa cara untuk mengelola dan memperlakukan karyawan pada konteks UMKM unik. Keunikannya terkait dengan budaya setempat. Seperti ada indikasi bahwa jika sudah bekerja dalam jangka waktu yang cukup lama terdapat beberapa fakta bahwa adanya isu mengenai integritas terutama terkait dengan permasalahan keuangan.



Gambar 2. Kegiatan Penyampaian Materi dalam Pengabdian Masyarakat

Kemudian berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim Pengabdian Masyarakat kepada para peserta, didapatkan rekapitulasi hasil seperti yang disajikan dibawah ini:

Tabel 1. Evaluasi Kepuasan Peserta

No	Pertanyaan	STS (%)	TS (%)	S (%)	SS (%)	Total
1	Materi kegiatan relevan dengan kebutuhan peserta	0	0	52%	48%	100%
2	Waktu pelaksanaan kegiatan efektif dan efisien	0	0	57%	43%	100%
3	Materi kegiatan yang disampaikan sehingga mudah difahami	0	0	48%	52%	100%
4	Panitia kegiatan melayani dengan baik	0	0	64%	36%	100%
5	Peserta mengharapkan kegiatan serupa dapat terus berlanjut di masa mendatang dengan topik yang beragam sesuai konteks UMKM	0	0	48%	52%	100%

Keterangan:

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju

Tabel 1 menunjukkan bahwa secara umum kegiatan pengabdian masyarakat menurut para peserta memberikan dampak baik dan berkelanjutan.

Etika bisnis menurut Velasquez (2018) merupakan suatu pengetahuan mengenai tata cara ideal dalam mengelola bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi, dan sosial. Teori yang mendasari etika dalam berbisnis terkait keberlanjutan adalah teori *stakeholders* (pemangku kepentingan) (Freeman, 1984). Teori ini menyatakan bahwa dalam bisnis yang beretika harus memperhatikan akan pemenuhan para pemangku kepentingan. Dalam konteks UMKM para pemangku kepentingan antara lain, konsumen, karyawan, pemasok bahan baku dan pemerintah.

Konsumen memiliki kepentingan untuk pendapatan finansial bagi UMKM agar usaha terus beroperasi. **Karyawan** terkait dengan produksi barang yang dijual oleh UMKM ke konsumen. **Pemasok bahan baku** terkait dengan bahan untuk diproduksi karyawan dan dijual ke konsumen dalam rangka menghasilkan pendapatan dan keuntungan finansial. Serta **Pemerintah** terkait regulasi, aturan yang dinamis dalam konteks UMKM yang antara lain tercantum dalam “UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, kemudian Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM, dan juga Peraturan Presiden No. 98 Tahun 2014 tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil”. Teori pemangku kepentingan berkembang menjadi konsep *quintuple helix* (Carayannis et al., 2012; Carayannis & Rakhmatullin, 2014; Grundel & Dahlström, 2016; Pangarso, Sisilia, Setyorini, et al., 2022) yang menambahkan unsur lingkungan hidup. Lingkungan hidup terdiri dari tanah, air, udara, flora dan fauna yang juga menjadi tanggung jawab bisnis khususnya UMKM. UMKM juga berpotensi untuk mempraktikan *green economy* dan *circular economy* (Pangarso, Sisilia, & Peranginangin, 2022; Setyorini & Pangarso, 2023), hanya saja hal ini masih menjadi tantangan yang tidak ringan mengingat konteks bisnis UMKM masih ada pada tahap fokus untuk peningkatan pendapatan finansial umumnya dalam hal pemasaran (Pangarso et al., 2023; Widodo et al., 2024) oleh karena itu masih perlu peran pemerintah untuk mewujudkan kedua konsep tersebut di UMKM.

Kesimpulan dan Saran

Solusi pengabdian masyarakat:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran
Peserta memiliki pemahaman yang lebih baik tentang etika bisnis dan mampu mengidentifikasi serta mengatasi dilema etika dalam operasional sehari-hari.
2. Penerapan Praktik Bisnis Beretika
UMKM yang berpartisipasi mulai menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis, seperti transparansi dalam transaksi, perlakuan adil terhadap karyawan dan mitra bisnis, serta tanggung jawab sosial terhadap lingkungan hidup (tanah, air, udara, flora, fauna) dan komunitas sekitar.

3. Peningkatan Reputasi dan Keberlanjutan Usaha
UMKM mengalami peningkatan reputasi di mata pelanggan dan mitra bisnis, yang berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan, kepercayaan, dan keberlanjutan usaha.
4. Pembentukan Komunitas UMKM Beretik
Terbentuknya komunitas UMKM yang secara aktif mendukung dan mempromosikan etika bisnis dalam praktik sehari-hari, menciptakan ekosistem bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan.
5. Penguatan Kapasitas Manajerial
Peserta pelatihan diharapkan memiliki kemampuan mengelola yang lebih baik dalam mengintegrasikan etika bisnis ke dalam proses pengambilan keputusan, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi bisnis. Hal ini akan berpotensi meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing mereka di pasar.
6. Penciptaan Nilai Tambah Sosial dan Lingkungan:
UMKM yang menerapkan etika bisnis diharapkan tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada penciptaan nilai tambah sosial dan lingkungan. Ini dapat berupa praktik bisnis yang ramah lingkungan, kontribusi terhadap pengembangan komunitas lokal, atau program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang efektif.
7. Kemandirian dan Ketahanan UMKM:
Dengan penerapan etika bisnis, UMKM akan lebih mandiri dan tangguh dalam menghadapi tantangan bisnis, seperti persaingan pasar dan perubahan regulasi. Etika bisnis akan menjadi fondasi yang membantu mereka dalam mengatasi krisis dan memastikan kelangsungan usaha dalam jangka panjang.
8. Replikasi dan Skalabilitas Program:
Keberhasilan program ini di Bandung diharapkan dapat menjadi model yang direplikasi di daerah lain di Indonesia. Selain itu, skala program ini dapat ditingkatkan dengan melibatkan lebih banyak UMKM, termasuk di wilayah pedesaan dan terpencil, serta dengan menggunakan teknologi digital untuk menjangkau lebih banyak peserta.
9. Pengakuan dan Apresiasi bagi UMKM Beretika:
UMKM yang berhasil menerapkan etika bisnis secara konsisten diharapkan mendapatkan pengakuan dan apresiasi dari pemerintah, masyarakat, dan komunitas bisnis. Hal ini bisa berupa penghargaan, sertifikasi, atau insentif lain yang akan mendorong lebih banyak UMKM untuk mengikuti jejak mereka.
10. Kontribusi pada Pertumbuhan Ekonomi Lokal:
Dengan meningkatnya jumlah UMKM yang beroperasi secara etis, diharapkan akan terjadi dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal, termasuk penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya beli masyarakat, dan perbaikan kesejahteraan sosial. UMKM yang beretika juga akan menjadi mitra yang lebih andal bagi investor dan mitra bisnis lainnya, yang pada akhirnya memperkuat ekosistem bisnis di daerah tersebut.
11. Peningkatan Kepercayaan Publik terhadap UMKM:
Pelatihan ini diharapkan meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh UMKM. Ketika konsumen mengetahui bahwa sebuah usaha berkomitmen terhadap etika bisnis, mereka cenderung lebih loyal dan mendukung bisnis tersebut, yang berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang.

Rekomendasi untuk kegiatan pengabdian masyarakat akan terkait penggunaan teknologi digital untuk menunjang bisnis yang lebih beretika untuk UMKM. Selain itu juga berpotensi adanya praktik *sustainable governance* terkait pendanaan usaha UMKM.

Referensi.

1. Bratton, J., Gold, J., Bratton, A., & Steele, L.: Human resource management. Bloomsbury Publishing; 2021.
2. Carayannis, E. G., Barth, T. D., & Campbell, D. F.: The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(1), 2; 2012. <https://doi.org/10.1186/2192-5372-1-2>

3. Carayannis, E. G., & Rakhmatullin, R.: The Quadruple/Quintuple Innovation Helixes and Smart Specialisation Strategies for Sustainable and Inclusive Growth in Europe and Beyond. *Journal of the Knowledge Economy*, 5(2), 212–239; 2014. <https://doi.org/10.1007/s13132-014-0185-8>
4. Freeman, R. E.: *Strategic management: A stakeholder approach*; 1984. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139192675>
5. Grundel, I., & Dahlström, M.: A Quadruple and Quintuple Helix Approach to Regional Innovation Systems in the Transformation to a Forestry-Based Bioeconomy. *Journal of the Knowledge Economy*, 7(4), 963–983; 2016. <https://doi.org/10.1007/s13132-016-0411-7>
6. Juliana, J., Faathir, M., & Sulthan, M. A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro : Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017. *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 19(1), 36. <https://doi.org/10.17509/strategic.v19i1.17663>
7. Machin, Muhammad Reza Aulia, Joni Hendra, Elvina Safitri, & Bawono, A. (2023). Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat di Tinjau Dari New-era Business : Transformasi Digital, Dividen Digital, dan Kewirausahaan. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 01–15. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.130>
8. Pangarso, A., Hasanah, Y. N., Widodo, A., Widaningsih, S., Handayani, R., & Mega Mandasari, R. I.: Pemanfaatan Platform Digital Delivery Dikampus Pada Komunitas UMKM F&B Footy Bandung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1031–1042; 2023. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.2851>
9. Pangarso, A., Sisilia, K., & Peranginangin, Y.: Circular Economy Business Models in the Micro, Small, and Medium Enterprises: A Review. *Etikonomi*, 21(2), 313–334. 2022. <https://doi.org/10.15408/etk.v21i2.24052>
10. Pangarso, A., Sisilia, K., Setyorini, R., Peranginangin, Y., & Awirya, A. A.: The long path to achieving green economy performance for micro small medium enterprise. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1–19. 2022. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00209-4>
11. 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.
12. Setyorini, R., & Pangarso, A.: Circular economy and Indonesia's MSMEs . *INTERNATIONAL CONFERENCE ON DEVELOPMENT AND INNOVATION IN AGRICULTURE: Agribusiness-Based Agricultural Development in the Era and Post COVID-19*, 2765, 020024–1; 2023. <https://pubs.aip.org/aip/acp/article/2765/1/020024/2918720/Circular-economy-and-Indonesia-s-MSMEs>
13. Velasquez, M. G.: *Business ethics: Concepts and cases*. Pearson. 2018.
14. Widodo, A., Pangarso, A., & Hidayat, A. M.: Redesain Merek Kemasan Private Label Untuk Produk F & B Halal Pada Komunitas Halal Bandung. *Jurnal Widya Laksmi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 88–92; 2024. <https://doi.org/10.59458/jwl.v4i2.81>