

Implementasi Etika Bisnis dalam Menjalankan Bisnis pada UMKM di Desa Punti

Implementation of Business Ethics in Running Businesses in SMES in Punti Village

Sulistianingsih^{1*}, Anfani², Nurfitriah³, Aida Zulwahidah⁴, Kartini Apriyani⁵

¹⁻⁵Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

Email: sulistianingsih.stiebima21@gmail.com¹, anfani.stiebima21@gmail.com²,
nurfitriah.stiebima21@gmail.com³, aidazulwahidah.stiebima21@gmail.com⁴, kartinaprianti93@gmail.com⁵

Korespondensi penulis: sulistianingsih.stiebima21@gmail.com*

Article History:

Received: November 19, 2024

Revised: Desember 17, 2024

Accepted: Januari 10, 2025

Online Available: Januari 13, 2025

Keywords: Business Ethics,
Honesty, Transparency, MSMEs,
Punti Village

Abstract. The application of business ethics to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Punti Village is very important to increase competitiveness and business desirability. This research aims to examine the application of business ethics in running a business among MSMEs in Punti Village, as well as its impact on business development and relationships with consumers. The method used is qualitative research with a case study approach on several MSMEs in Punti Village. The research results show that implementing business ethics which includes honesty, transparency, and social responsibility can increase consumer trust, strengthen relationships with suppliers, and create positive social change in the village. However, challenges in implementing business ethics include limited knowledge and local customs which sometimes conflict with the principles of business ethics.

Abstrak

Implementasi etika bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Punti sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi etika bisnis dalam menjalankan usaha pada UMKM di Desa Punti, serta dampaknya terhadap perkembangan usaha dan hubungan dengan konsumen. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada beberapa UMKM di Desa Punti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis yang meliputi kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat hubungan dengan pemasok, dan menciptakan perubahan sosial positif di desa tersebut. Namun, tantangan dalam implementasi etika bisnis antara lain keterbatasan pengetahuan dan kebiasaan lokal yang kadang bertentangan dengan prinsip etika bisnis.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Kejujuran, Transparansi, UMKM, Desa Punti

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran penting dalam perekonomian di Desa Punti, sebuah desa yang memiliki potensi besar dalam sektor pertanian dan kerajinan lokal. Dalam menjalankan bisnis, etika bisnis menjadi hal yang tidak bisa diabaikan. Etika bisnis mencakup prinsip-prinsip moral yang mengarahkan keputusan dan tindakan dalam dunia usaha, seperti kejujuran, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Di Desa Punti, meskipun banyak UMKM yang berkembang, belum semua pelaku usaha mengimplementasikan etika bisnis secara maksimal. Hal ini menjadi isu utama dalam penelitian ini.

Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pelaku UMKM di Desa Punti menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dan dampaknya terhadap perkembangan usaha mereka. Alasan memilih subyek pengabdian ini adalah tingginya potensi UMKM di desa tersebut yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya penerapan etika bisnis dalam menjaga keberlanjutan dan meningkatkan daya saing usaha mereka. Berdasarkan observasi awal, beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Punti adalah kurangnya pemahaman tentang etika bisnis dan adanya kebiasaan yang belum sepenuhnya mendukung prinsip-prinsip tersebut.

Perubahan sosial yang diharapkan melalui penelitian ini adalah terciptanya kesadaran di kalangan pelaku UMKM tentang pentingnya etika bisnis, serta dampak positif yang dapat diperoleh dari penerapan etika yang baik, seperti peningkatan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha yang lebih kuat. Penelitian ini juga berharap dapat memberikan rekomendasi untuk kebijakan pengembangan UMKM yang berbasis pada etika bisnis.



Gambar 1: Observasi UMKM di Desa Punti Soromandi

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek penelitian adalah pelaku UMKM di Desa Punti, yang terdiri dari berbagai sektor usaha, seperti pertanian, kerajinan, dan kuliner. Lokasi pengabdian ini dipilih karena tingginya potensi usaha mikro di desa tersebut yang membutuhkan peningkatan dalam penerapan etika bisnis. Proses perencanaan dan pengorganisasian komunitas dilakukan bersama dengan pelaku UMKM, dengan melibatkan mereka dalam diskusi tentang pentingnya etika bisnis dalam menjalankan usaha.

Metode riset yang digunakan adalah observasi langsung, wawancara dengan pemilik dan karyawan UMKM, serta analisis dokumen yang terkait dengan praktek bisnis mereka. Tahapan kegiatan pengabdian dimulai dengan identifikasi masalah, diikuti dengan sosialisasi tentang etika bisnis, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi hasil penerapan etika bisnis dalam aktivitas mereka. Diagram berikut menggambarkan tahapan kegiatan pengabdian masyarakat:



Gambar 2 : Sosialisasi penerapan etika bisnis kepada UMKM di Desa Punti

3. HASIL

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perubahan positif dalam pemahaman dan penerapan etika bisnis pada UMKM di Desa Punti. Sebagian besar pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya kejujuran dalam transaksi, transparansi dalam harga, serta tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar. Beberapa kegiatan yang dilakukan, seperti pelatihan etika bisnis dan pengenalan pentingnya pengelolaan usaha yang berkelanjutan, berhasil memotivasi mereka untuk menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam praktek sehari-hari.

Terdapat juga perubahan sosial yang signifikan, seperti munculnya pemimpin lokal yang memotivasi pelaku usaha lain untuk mengikuti praktik bisnis yang baik. Selain itu, terciptanya kesadaran baru tentang pentingnya hubungan jangka panjang dengan konsumen dan pemasok menjadi salah satu pencapaian utama dari proses pendampingan ini. Namun, tantangan tetap ada, terutama terkait dengan keterbatasan pengetahuan dan kebiasaan lokal yang perlu diubah secara perlahan.

4. DISKUSI

Penerapan etika bisnis di UMKM Desa Punti menunjukkan adanya kesadaran baru yang dapat memperbaiki reputasi bisnis mereka. Hal ini sejalan dengan teori-teori etika bisnis yang menekankan pentingnya hubungan yang transparan dan adil antara pelaku usaha dan konsumen. Menurut Smith (2017), etika bisnis yang baik dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperpanjang usia usaha. Namun, dalam konteks Desa Punti, terdapat tantangan dalam mengatasi kebiasaan lokal yang belum sepenuhnya mendukung prinsip-

prinsip etika bisnis.

Seiring dengan itu, peran pemerintah dan lembaga pengembangan UMKM sangat penting untuk menyediakan pendidikan dan pelatihan yang dapat meningkatkan pemahaman tentang etika bisnis. Selain itu, dukungan dari komunitas dan pemimpin lokal juga berperan dalam mempercepat perubahan sosial di tingkat desa.

5. KESIMPULAN

Implementasi etika bisnis pada UMKM di Desa Punti terbukti memberikan dampak positif, baik dari segi peningkatan reputasi usaha maupun dalam menciptakan perubahan sosial yang signifikan. Meskipun demikian, tantangan dalam penerapan etika bisnis masih ada, terutama terkait dengan pemahaman dan kebiasaan lokal. Untuk itu, perlu adanya program edukasi berkelanjutan dan dukungan dari pihak terkait untuk memperkuat penerapan etika bisnis pada UMKM di desa tersebut.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penelitian ini, terutama kepada para pelaku UMKM di Desa Punti yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih juga kepada lembaga yang telah memberikan fasilitas dan pembiayaan untuk kelancaran penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Adams, E. K., Breen, N., & Joski, P. J. (2007). Impact of the National Breast and Cervical Cancer Early Detection Program on mammography and Pap test utilization among White, Hispanic, and African American women: 1996–2000. *Cancer*, 109(S2), 348–358.
- Smith, J. (2017). *Business ethics and corporate social responsibility: A practical guide*. New York: Business Press.