

Implementasi Etika Bisnis dalam Menjalankan Bisnis pada UMKM Kerupuk Ibu Ramlah

Implementation of Business Ethics in Running Business in Kerupuk Ibu Ramlah MSMEs

Kartin Aprianti^{1*}, Naura Islami Pasha², Puput Jahsinia Putri²

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

Korespondensi Penulis : puputjahsiniaputri.stiebima21@gmail.com

Article History:

Received: Desember 10, 2024;

Revised: Desember 25, 2024;

Accepted: Januari 11, 2025;

Online Available: Januari 13, 2025

Keywords: Ethics, Business, SMEs.

Abstract: *The implementation of business ethics has become a crucial element in running a business, including at the scale of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This study aims to analyze the application of business ethics in the operations of the Kerupuk Ibu Ramlah MSME. The study explores ethical business principles such as honesty, responsibility, transparency, and fairness, as applied in production, marketing, and relationships with consumers and business partners. The method offered to partners/MSMEs includes education/socialization through the use of leaflets, delivered door-to-door. The material provided in the leaflet covers the following topics: (1) The Role of Ethics in Business for MSME actors, (2) The Benefits of Ethics in Business for MSME actors, and (3) The Application of Ethical Principles in Business in financial, marketing, production, and human resource activities. However, challenges such as limited knowledge and resources affect the consistency of implementing business ethics. This study concludes that the implementation of business ethics contributes positively to the sustainability and reputation of MSMEs and recommends enhancing understanding and training in business ethics to strengthen business competitiveness.*

Abstrak

Implementasi etika bisnis menjadi elemen penting dalam menjalankan usaha, termasuk pada skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis dalam operasional UMKM Kerupuk Ibu Ramlah. Studi ini mengeksplorasi prinsip-prinsip etika bisnis seperti kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan keadilan yang diterapkan dalam proses produksi, pemasaran, hingga hubungan dengan konsumen dan mitra bisnis. 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. Meskipun demikian, terdapat tantangan seperti keterbatasan pengetahuan dan sumber daya yang memengaruhi konsistensi penerapan etika bisnis. Studi ini menyimpulkan bahwa implementasi etika bisnis memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan dan reputasi UMKM, serta merekomendasikan peningkatan pemahaman dan pelatihan etika bisnis untuk memperkuat daya saing usaha.

Kata kunci : Etika, Bisnis, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam perekonomian local di berbagai wilayah kecamatan serta desa. Dalam konteks ini, penerapan etika bisnis menjadi sebuah aspek yang penting untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan yang berkelanjutan dari UMKM tersebut. Etika bisnis melibatkan perilaku yang bertanggung jawab, integritas, dan kepatuhan terhadap norma-norma moral dalam operasional

dan interaksi bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) selalu menarik untuk dikaji baik di penelitian maupun untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hal tersebut tidak mengherankan karena sebagian besar masyarakat di Indonesia adalah pelaku UMKM. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2022 di Indonesia menunjukkan bahwa 99,99% dari total unit merupakan UMKM. Jumlah usaha yang banyak dapat menyerap tenaga kerja sehingga kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia cukup besar.

Etika bisnis merupakan salah satu elemen penting dalam menjalankan aktivitas usaha, termasuk dalam skala usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penerapan etika bisnis yang baik dapat menjadi fondasi bagi keberlangsungan usaha serta membangun kepercayaan antara pelaku usaha, konsumen, dan pihak-pihak terkait. Di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, UMKM tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga untuk menjalankan bisnis secara berintegritas dan bertanggung jawab.

UMKM Kerupuk Ibu Ramlah merupakan salah satu contoh usaha lokal yang bergerak dalam produksi makanan ringan tradisional. Sebagai bagian dari sektor UMKM, keberhasilan usaha ini tidak hanya bergantung pada strategi pemasaran dan manajemen produksi, tetapi juga pada penerapan prinsip-prinsip etika bisnis dalam setiap aspek operasionalnya. Dengan mempraktikkan etika bisnis yang baik, UMKM Kerupuk Ibu Ramlah dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan pelanggan, mitra bisnis, serta komunitas sekitar, sehingga mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Namun, implementasi etika bisnis pada UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan, mulai dari kurangnya pemahaman tentang pentingnya etika bisnis hingga keterbatasan sumber daya untuk menerapkannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana UMKM Kerupuk Ibu Ramlah mengimplementasikan etika bisnis dalam menjalankan usahanya serta mengidentifikasi dampaknya terhadap keberlangsungan dan perkembangan usaha. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pelaku UMKM lainnya dalam membangun usaha yang berlandaskan etika bisnis.

UMKM mempunyai kekuatan-kekuatan yang potensial diantaranya adalah memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar, memanfaatkan sumber daya alam sekitar dan memanfaatkan limbah, dan juga memiliki potensi untuk berkembang. Seiring berjalannya waktu waktu perkembangan bisnis UMKM sebagian besar masih kurang, hal ini juga karena beberapa kelemahan dalam UMKM. Permodalan merupakan masalah terbesar yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Kelemahan lainnya yang ada pada UMKM adalah rendahnya pendidikan, kurangnya

pemahaman teknologi informasi, kendala penyusunan laporan keuangan, kurangnya kemampuan manajerial, minimnya keterampilan mengorganisir, dan terbatasnya pemasaran. Pemilik usaha juga kesulitan dalam mengembangkan usahanya karena mereka tidak memiliki informasi yang akurat dan masih mencampur adukkan keuangan rumah tangga dengan bisnisnya.

2. METODE

A. pertama adalah menjalin komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait langsung dengan kegiatan, seperti perangkat kelurahan/desa dan pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Koordinasi ini bertujuan untuk:

1. Memperkenalkan tujuan, materi, dan manfaat kegiatan edukasi.
2. Membahas waktu, lokasi, dan metode pelaksanaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan mitra.
3. Memastikan dukungan dan keterlibatan aktif dari pihak yang terlibat. Dengan koordinasi yang baik, kegiatan dapat berjalan lancar sesuai jadwal dan tujuan.

B. Pelaksanaan secara door to door

Metode door-to-door dipilih untuk memastikan pendekatan yang personal dan langsung kepada mitra. Pelaksanaan ini dilakukan dengan mengunjungi lokasi usaha atau tempat tinggal mitra sesuai dengan kesepakatan sebelumnya .

- a. Komunikasi yang lebih intensif dan interaktif antara edukator dan mitra.
- b. Penyampaian informasi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing mitra.
- c. Meminimalkan gangguan sehingga mitra dapat lebih fokus menerima informasi.

C. Menyampaikan materi edukasi/sosialisasi

Dalam tahap ini, materi edukasi disampaikan menggunakan leaflet yang telah dirancang dan disiapkan sebelumnya. Leaflet merupakan media informasi tertulis yang berisi poin-poin penting mengenai topik yang akan disampaikan.

- a. Leaflet dibuat dengan bahasa yang sederhana, visual menarik, dan konten yang relevan.
- b. Edukator menggunakan leaflet sebagai panduan utama saat menjelaskan materi, sehingga mitra dapat dengan mudah mengikuti dan memahami isi pesan yang disampaikan.

- c. Mitra juga dapat menyimpan leaflet untuk referensi di masa mendatang.
- D. Mitra mendengarkan dan memberikan respon pada materi sosialisasi yang dijelaskan melalui leaflet.
 - a. Mendengarkan dengan saksama penjelasan edukator.
 - b. Mengajukan pertanyaan atau memberikan tanggapan terkait materi yang disampaikan.
 - c. Berbagi pengalaman atau kendala yang relevan dengan topik edukasi. Tahap ini penting untuk memastikan adanya komunikasi dua arah, sehingga edukator dapat mengevaluasi pemahaman mitra serta memberikan penjelasan tambahan jika diperlukan.

3. HASIL

Hasil Implementasi Etika Bisnis Penerapan etika bisnis pada UMKM Kerupuk Ibu Ramlah meliputi aspek berikut:

a. Kualitas Produk

Ibu Ramlah memastikan bahwa bahan baku yang digunakan untuk membuat kerupuk berkualitas tinggi dan aman dikonsumsi. Hal ini meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produknya.

b. Kejujuran dalam Harga

Harga yang ditetapkan oleh Ibu Ramlah sesuai dengan kualitas produk dan transparan kepada konsumen. Tidak ada praktik menaikkan harga secara tidak wajar.

c. Karyawan:

Karyawan yang membantu proses produksi mendapatkan upah yang adil sesuai dengan kontribusi mereka, serta bekerja dalam kondisi yang aman dan nyaman.

d. Peduli Lingkungan:

Dalam produksi kerupuk, Ibu Ramlah meminimalkan limbah dan menggunakan bahan ramah lingkungan. Misalnya, penggunaan kemasan biodegradable atau daur ulang.

e. Hubungan Baik dengan Pelanggan:

Ibu Ramlah selalu ramah terhadap pelanggan dan terbuka terhadap kritik serta saran, sehingga menciptakan loyalitas pelanggan.

4. PEMBAHASAN

Pembahasan Implementasi etika bisnis memberikan beberapa manfaat signifikan bagi UMKM Kerupuk Ibu Ramlah, antara lain:

a. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen:

Konsumen lebih memilih produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga dihasilkan dengan cara yang etis.

b. Reputasi yang Baik:

Dengan menjunjung tinggi etika, UMKM Ibu Ramlah dikenal sebagai usaha yang jujur dan bertanggung jawab.

c. Keberlanjutan Usaha:

Kesejahteraan karyawan dan perhatian pada lingkungan memastikan bisnis dapat berjalan dalam jangka panjang.

d. Peningkatan Loyalitas:

Kepedulian terhadap pelanggan dan kualitas produk menciptakan pelanggan setia yang terus membeli produk kerupuk Ibu Ramlah.

Namun, tantangan yang dihadapi dalam implementasi etika bisnis antara lain:

a. Biaya Produksi:

Penggunaan bahan berkualitas dan ramah lingkungan membutuhkan biaya lebih besar, yang bisa berdampak pada harga jual produk.

b. Kesadaran Karyawan:

Kadang, dibutuhkan edukasi tambahan untuk memastikan karyawan memahami pentingnya etika bisnis, misalnya dalam menjaga kebersihan selama proses produksi.



Gambar 1. Penyuluhan tentang implementasi etika bisnis.



Gambar 2. Foto edukasi pembuatan produk.

5. KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis pada UMKM Kerupuk Ibu Ramlah memainkan peran penting dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan, berintegritas, dan bermanfaat bagi semua pemangku kepentingan. Dalam hal ini, Ibu Ramlah telah berhasil menjalankan prinsip-prinsip etika bisnis melalui beberapa aspek utama, yaitu menjaga kualitas produk, transparansi harga, kesejahteraan karyawan, tanggung jawab terhadap lingkungan, hubungan baik dengan pelanggan, serta pemberdayaan komunitas lokal. Langkah-langkah etis tersebut tidak hanya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, tetapi juga menciptakan reputasi positif bagi usaha kerupuknya. Kualitas produk yang terjamin, sikap ramah terhadap pelanggan, dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan menunjukkan bahwa bisnis ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada nilai-nilai sosial.

Namun, implementasi etika bisnis juga menghadirkan tantangan, seperti biaya yang lebih tinggi untuk bahan baku berkualitas dan pengelolaan limbah ramah lingkungan. Meski demikian, tantangan ini dapat diatasi melalui inovasi, efisiensi operasional, dan kolaborasi dengan mitra bisnis yang sejalan dengan visi etika.

Secara keseluruhan, etika bisnis merupakan fondasi yang kuat bagi UMKM Kerupuk Ibu Ramlah untuk berkembang secara berkelanjutan, memenangkan hati konsumen, dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat serta pelestarian lingkungan. Dengan menjaga konsistensi dalam menerapkan nilai-nilai etis, UMKM ini dapat menjadi model bagi pelaku usaha kecil lainnya dalam membangun bisnis yang berintegritas dan bernilai tinggi.

6. DAFTAR REFERENSI

- 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>
- 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.
- Hasan, Z., Amin, R. F., & Fathorrozi. (2023). Implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Sumber Barokah di Desa Buduan Kecamatan Suboh Kabupaten Situbondo. *Jurnal al-Idarah*, 4(2), 1–13.
- Pokhrel, S. (2024). [No title]. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- 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>
- Ridho, Z., Aisyah, S., & Mannan, A. (2023). Implementasi etika bisnis Islam pada UKM Sate Khas Madura. *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, 2(2), 88–99. <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i2.1378>
- Yusuf, M., Aprianti, K., Mulyadin, St. N., & Julfiati, I. (2023). Penerapan etika berbisnis dalam operasional usaha pelaku UMKM di Kelurahan Rontu. *Jurnal Pengabdian KBP*, 1(2), 105–112.