

Implementasi Etika dalam Bisnis pada UMKM di Wilayah Kecamatan Cisayong

Ilman Ansori¹, Mia Sumiarsih², Galih Nugraha³, Hilda Maulida⁴, Danial Kusumah⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Universitas Mayasari Bakti, Tasikmalaya, Indonesia

E-mail: ¹ilmanansori@mayasaribakti.ac.id, ²sumiarsih27@gmail.com

³galihnugraha433@gmail.com, ⁴hildamaulida222@gmail.com, ⁵danialkusumah@gmail.com

Abstrak

UMKM mempunyai kekuatan yang potensial diantaranya adalah memiliki segmen pasar usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan [asar, memanfaatkan sumber daya alam sekitar dan memanfaatkan limbah, dan juga memiliki potensi untuk berkembang. Masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Wilayah Kecamatan Cisayong mengenai etika bisnis, oara pelaku usaha masih awam dalam berbisnis, meskipun moral itu juga ada didalam hati nurani masng-masing manusai tidak menutup kemungkinan bahwa manusai dapat berlaku tidak etis karena pengaruh lingkungan. Dengan menerapkan etika dalam berbisnis dapat memertahankan dan mengembangkan usahanya. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan metode *workshop*. Dari kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan kesadaran para pelaku usaha untuk menerpakan etika dalam bisnis yang dilakukannya. Melalui *workshop* ini kemampuan dan pengetahuan mereka akan pentingnya etika dalam berbisnis, dan juga menjadi pedoman bagi pengembangan usahanya dimasa yang akan datang.

Kata kunci: Etika, Bisnis, UMKM

Abstract

MSMEs have potential strengths, including having a unique business market segment, carrying out simple and flexible management of market changes, utilizing surrounding natural resources and utilizing waste, and also have the potential to develop. The problem faced by MSME actors in the Cisayong District area is regarding business ethics, business actors are still unfamiliar with doing business, even though morals are also in the conscience of each human being, this does not rule out the possibility that humans can act unethically due to environmental influences. By applying ethics in business you can maintain and develop your business. This service activity is carried out using the workshop method. This service activity can increase the awareness of business actors to apply ethics in the business they conduct. Through this workshop, their skills and knowledge of the importance of ethics in business will also become a guide for developing their business in the future.

Keywords: Ethics, Business, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memaikan peran vital dalam perekonomian local di berabgai wilayah kecamatan. 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 bergantung jawab, integritas, dan kepatuhan terhadap norma-norma moral dalam operasional dan interaksi bisnis [1]

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 usaha merupaka UMKM. Jumlah usaha yang banyak dapat menyerap tenaga kerja sehingga kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia cukup besar.

Bisnis adalah kegiatan terpadu Dimana pertukaran barang dan jasa yang menguntungkan juga berperan dalam lingkungan, dan merupakan proses sosial individu atau kelompok tertentu melalui proses menciptakan kebutuhan dan keinginan untuk suatu produk. Bisnis merupakan sekumpulan orang tergabung dalam suatu organisasi, menyediakan barang dan jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba. Memerhitungkan apa yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen, membuat peluang yang menjanjikan dan berinvestasi pada peluang tersebut serta mencari informasi [2].

Dalam menjalankan suatu bisnis, usaha besar dan kecil terikat dengan peraturan yang tertuang dalam etika. Etika adalah kode nilai dan prinsip yang mengatur Tindakan seseorang atau sekelompok orang tentang apa yang benar versus apa yang salah [3]. Dengan demikian, standar etika ditetapkan tentang apa yang baik atau buruk dalam perilaku organisasi dan pengambilan Keputusan [4]. Ini pun bagian dari budaya Perusahaan dan mengacu pada nilai-nilai internal yang menandakan Keputusan berperilaku kepada lingkungan eksternal. Istilah etika dan nilai adalah tidak dapat dipertukarkan [5]. Selanjutnya Etika bisnis merupakan pelaksanaan kegiatan bisnis yang mencakup semua aspek yang berkaitan dengan individu, bisnis, bahkan Masyarakat [6].

Kecamatan Cisayong terdiri dari 13 (tiga belas) desa yang juga merupakan wilayah kerja UPTD BPP Cisayong, yaitu Desa Santanamekar, Desa Sukamukti, Desa Sukasetia, Desa Cikadu, Desa Purwasari, Desa Cileuleus, Desa Nusawangi, Desa Mekarwangi, Desa Jatihurip, Desa Sukasukur, Desa Sukaharja dan Desa Sukajadi. Dengan 48 Dusun, 86 Rukun Warga (RW) dan 334 Rukun Tetangga (RT).

UMKM mempunyai 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 [7].

Masalah yang dihadapi selain yang disebutkan di atas adalah etika bisnis, para pelaku usaha masih awam dalam berbisnis, meskipun moral itu juga ada didalam hati nurani masing-masing manusia tidak menutup kemungkinan bahwa manusia dapat berlaku tidak etis karena pengaruh lingkungan. Dengan menerapkan etika dalam berbisnis dapat memertahankan dan mengembangkan usahanya. Menjalankan kegiatan bisnisnya, pemilik harus berusaha menghindari efek negatif kepada masyarakat yang ada di sekitarnya. Hal ini juga seperti yang disebut dalam artikel Syahrenny (2022) apabila pemilik usaha melakukan kecurangan seperti mengurangi timbangan atau menjual barang yang sudah kadaluwarsa maka akan dijauhi pembeli. Ketika pembeli tidak ada yang mau datang kembali sudah dipastikan usahanya lama kelamaan akan gulung tikar [7].

Dengan demikian penting bagi organisasi untuk memahami perilaku etis dengan memprioritaskan tindakan moral pada masyarakat dimana mereka beroperasi.

2. METODE

Agar kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi/ *workshop* Implementasi Etika dalam Bisnis pada UMKM di Wilayah Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya dapat dilaksanakan dengan baik, maka kami dari tim pengabdian menjalankan prosedur dalam

pelaksanaannya. Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan dengan metode sosialisasi/ *workshop*.

Sosialisasi/ *workshop* ini ditujukan bagi pelaksana UMKM di Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya. Kegiatan pengabdian ini diharapkan akan memberikan pemahaman bagi seluruh pelaku bisnis UMKM di Kecamatan Cisayong untuk tidak melanggar etika pada bisnisnya yang dilakukannya.

Kegiatan ini akan dilaksanakan di Aula Kantor Kecamatan Cisayong Jl. Raya Cisayong Kabupaten Tasikmalaya. Adapun yang menjadi narasumber dalam kegiatan pengabdian ini adalah tim pengabdian kepada masyarakat yakni Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mayasari Bakti. Kegiatan ini akan dimulai dengan pemaparan materi dari narasumber dan dilanjutkan dengan diskusi dan dialog secara terbuka dengan peserta dalam ini adalah pelaku UMKM. Adapun hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah adanya perubahan dari cara pandang pelaku UMKM dari pada Etika Bisnisnya.

Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pendahuluan
 - Ketua dan Anggota Tim melakukan rapat persiapan untuk mendiskusikan tema pengabdian kepada masyarakat;
 - Survei ke lokasi yaitu Kecamatan Cisayong untuk mengurus perizinan, menentukan tempat kegiatan dan waktu pelaksanaan;
 - Diskusi dengan mitra, muspika kecamatan Cisayong dan Pelaku UMKM; dan
 - Menyiapkan kelengkapan pengabdian seperti mendesain dan mencetak spanduk, dll.
2. Inti

Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh 5 dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mayasari Bakti dengan berbagai judul pengabdian. Ilman Ansori, S.E., M.M. (Ketua Tim) dengan tema Perusahaan sebagai Pelaku Bisnis; Ir, Mia Sumiarsih, M.M. (Anggota) dengan tema Etika Perusahaan terhadap Pelanggan; Galih Nugraha, S.E., M.E. (Anggota) dengan tema Etika Perusahaan terhadap Lingkungan; Hilda Maulida, S.E., M.M. (Anggota) dengan tema Etika Perusahaan terhadap Masyarakat; dan Danial Kusumah, S.E., M.M. (Anggota) dengan tema Etika Perusahaan terhadap Pegawai. Kegiatan ini dihadiri oleh 100 orang peserta. Peserta sangat antusias dalam mendengarkan pemaparan pameri.
3. Penutup

Semoga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat bermanfaat bagi pelaku Usaha (UMKM) di Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya dalam meningkatkan pemahaman tentang Etika dalam Bisnis pada UMKM di Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya.

Selain dari itu metode yang digunakan dalam implementasi etika bisnis pada UMKM di Wilayah Kecamatan Cisayong ini melibatkan beberapa Langkah strategi[8], antara lain:

- Penyuluhan dan Pendidikan: Melakukan penyuluhan secara teratur kepada pemilik UMKM tentang pentingnya etika bisnis, serta memberikan pelatihan tentang praktik-praktik yang sesuai dengan nilai-nilai etis.
- Pembentukan Kode Etik: Mendorong pemilik UMKM untuk merumuskan dan mengadopsi kode etik internal yang mencerminkan komitmen terhadap prinsip-prinsip etika dalam semua aspek operasional.
- Pengasaran Internal: Membangun mekanisme pengawasan internal yang efektif untuk memastikan kepatuhan terhadap kode etik dan mengidentifikasi potensi pelanggaran etika.

- Keterlibatan Komunitas: Menggalang dukungan dan keterlibatan komunitas dalam mempromosikan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan beretika.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi etika bisnis pada UMKM di wilayah Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya memiliki dampak yang signifikan, termasuk:

- Peningkatan Reputasi: UMKM yang menerapkan etika bisnis cenderung memperoleh reputasi yang lebih baik di mata konsumen dan Masyarakat, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan;
- Keberlanjutan Bisnis: Praktik bisnis yang beretika membantu UMKM membangun hubungan jangka panjang dengan para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, pemasok, dan komunitas lokal, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis; dan
- Kontribusi terhadap Pembangunan Keberlanjutan: UMKM yang mempraktikkan etika bisnis berkontribusi pada Pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dengan memerhatikan aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi dalam kegiatan operasional mereka.

Untuk mengetahui keberhasilan pelatihan, peserta diberikan kuesioner mengenai Evaluasi Pelaksanaan Pelatihan. Berikut merupakan rekap hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada para peserta pelatihan.

Tabel 1. Rekap Hasil Kuesioner

No	Angket	Hasil Responden							Jumlah	Jumlah Max	Persentase		
		1	2	3	4	5	6	7					
1	Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta	5	4	5				5	4	4	322	385	84%
2	Materi pelatihan dapat diterima dan diterapkan dengan mudah	5	5	5				5	5	5	370	385	96%
3	Materi pelatihan disampaikan dengan urut dan sistematisnya jelas	5	5	5				5	5	5	358	385	93%
4	Narasumber menguasai materi yang disampaikan	5	4	5				5	4	4	322	385	84%
5	Narasumber memberikan kesempatan tanya-jawab	5	5	4				3	4	4	298	385	77%

6	Narasumber menyajikan materinya dengan jelas dan berurutan	5	5	5	5	5	5	358	385	93%
7	Ruangan pelatihan nyaman bagi peserta	3	4	5	5	5	5	308	385	80%
8	Konsumsi yang disediakan sudah memuaskan bagi peserta	5	5	5	5	5	5	352	385	91%

Kriteria yang digunakan untuk interpretasi skor berdasarkan interval adalah sebagai berikut.

- 0% – 19,99% : Sangat Tidak Baik
- 20% – 39,99% : Tidak Baik
- 40% – 59,99% : Cukup Baik
- 60% – 79,99% : Baik
- 80% – 100% : Sangat Baik

Secara keseluruhan hasil dari perhitungan evaluasi pelaksanaan adalah sebagai berikut.

1. Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta mencapai 84% berada pada kategori sangat baik.
2. Materi pelatihan dapat diterima dan diterapkan dengan mudah mencapai 96% berada pada kategori sangat baik.
3. Materi pelatihan disampaikan dengan urut dan sistematikanya jelas mencapai 93% berada pada kategori sangat baik.
4. Narasumber menguasai materi yang disampaikan mencapai 84% berada pada kategori sangat baik
5. Narasumber memberikan kesempatan tanya-jawab mencapai 77% berada pada kategori baik
6. Narasumber menyajikan materinya dengan jelas dan berurutan mencapai 93% berada pada kategori sangat baik
7. Ruang pelatihan nyaman bagi peserta mencapai 80% berada pada kategori sangat baik
8. Konsumsi yang disediakan sudah memuaskan bagi peserta mencapai 91% berada pada kategori sangat baik

Secara keseluruhan persentase rata-rata mencapai 87% termasuk pada kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pelatihan dinilai sudah sangat baik.

Hasil persentase perhitungan menunjukkan bahwa nilai tertinggi berada pada 96% pada pernyataan Materi pelatihan dapat diterima dan diterapkan dengan mudah. Nilai terendah berada pada 77% pada pernyataan Narasumber memberikan kesempatan tanya-jawab. Kendala pada saat pelatihan berlangsung adalah terbatasnya waktu sehingga peserta yang diberikan kesempatan bertanya hanya 3 orang. Hal ini dapat dijadikan perbaikan untuk pelatihan berikutnya, bahwa peserta harus lebih banyak diberikan kesempatan untuk bertanya.

Kata etika dapat berasal dari kata *ethos* ataupun bahasa Yunani berarti suatu karakter, watak kesucilaan ataupun adat istiadat kebiasaan. Subjek etika berkaitan dengan konsep yang

dapat dipunyai individu juga kelompok untuk dapat menilai apa suatu tindakan yang telah dikerjakannya itu salah atau benar, buruk atau baik.

Etika Bisnis merupakan prinsip moral yang dijadikan sebagai panduan untuk bisnis yang dijalankan. Sehingga, semua aspek yang ada kaitannya dengan bisnis juga dapat menjalankan bisnis sesuai nilai, normam sehat perilaku, adil, profesional, baik seluruh orang di perusahaan yang ada di dalam, mitra kerja, pemegang saham, pelanggan juga masyarakat luas (Usmiatum, 2022) dalam [9]. Di dunia bisnis, etika bisnis juga dikenal dengan pastinya. Banyak semua orang sangat setuju dimana etika bisnis juga memang diperlukan oleh setiap bisnis memiliki oleh setiap bisnis.

Dalam etika bisnis berlaku prinsip-prinsip yang seharusnya dipatuhi oleh para pelaku bisnis. Menurut Sonny Keraf (1998, 79) dalam [10], prinsip yang dimaksud adalah:

1. Prinsip otonomi, yaitu kemampuan mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadaran tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil;
2. Prinsip kejujuran, yaitu bisnis tidak akan bertahan lama apabila tidak berlandaskan kejujuran karena kejujuran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis (misal, kejujuran dalam pelaksanaan kontrak, kejujuran terhadap konsumen, kejujuran dalam hubungan kerja, dan lain-lain);
3. Prinsip keadilan, bahwa tiap orang dalam berbisnis harus mendapatkan perlakuan yang sesuai dengan haknya masing-masing, artinya tidak adak yang boleh dirugikan haknya;
4. Prinsip saling menguntungkan, agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan, demikian pula untuk berbisnis yang kompetitif; dan
5. Prinsip integritas moral, prinsip ini merupakan dasar berbisnis dimana para pelaku bisnis dalam menjalankan usaha bisnsi mereka harus menjaga nama baik perusahaan agar tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik.

UMKM atau Usaha Kecil dan Menengah menurut Tambunan (2009: 17) dalam [10] adalah usahan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh orang perorangan ataupun badan usaha yang tidak termasuk bagian dari anak perusahaan atau anak cabangnya.

Menurut Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6, kriteria UMKM, sebagai berikut.

1. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp. 300.000.000,-;
2. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- hingga maksimum Rp. 2.500.000.000,-; dan
3. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- hinga paling banyak Rp. 100.000.000.000,- hasil penjualan tahunan di atas Rp. 2.500.000.000,- sampaling paling tinggi Rp. 50.000.000.000,-.

Permasalahan dan solusi dari pelaku UMKM terhadap keberlanjutan usahanya adalah sebagai wujud dari langkah-langkah yang akan dilanjutkan untuk mempertahankan, meningkatkan dan mengembangkan bisnis mereka melalui penguatan manajemen bisnis, di bidang pemasaran, operasional, sumber daya manusia dan keuangan.

Dalam pengabdian masyarakat ini tim kami lebih mengarah pada pemahaman etika dalam berbisnisi untuk UMKM kepada UMKM di Wilayah Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya. Program Pengabdian ini bertujuan untuk melakukan edukasi mengenai etika dalam berbisnis dan pemahaman prinsip-prinsip etika. Edukasi disampaikan dalam bahasa lokal dan diikuti dengan diskusi bebas dengan peserta. Analisis respon menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memahami bagaimana berbisnis yang mengedepankan etika. Namun, sebagian

besar setuju bahwa etika sangat penting implementasinya dalam berbisnis. Hasil Edukasi menunjukkan terjadinya perubahan respon peserta. Disimpulkan bahwa program edukasi ini secara efektif memodifikasi sikap dan pengetahuan peserta mengenai etika bisnis dan pemahaman prinsip-prinsip etika.

Pengabdian Masyarakat yang telah dilaksanakan yang bekerjasama dengan Forum Komunitas UMKM Cisayong (FOKUS) yang telah diselenggarakan pada Sabtu 28 Oktober 2023 yang bertempat di Aula Pertemuan - Kantor Kecamatan Cisayong, Kab. Tasikmalaya. Kegiatan yang dilaksanakan berupa pelatihan mengenai:

- Perusahaan sebagai pelaku Bisnis
- Etika Perusahaan terhadap Pelanggan
- Etika Perusahaan terhadap Lingkungan
- Etika Perusahaan terhadap Masyarakat
- Etika Perusahaan terhadap Pegawai

Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan lancar dan peserta yang hadir berjumlah 77 orang. Peserta mengikuti pelatihan dengan sangat antusias.

Tabel 2. Dokumentasi

No	Tahapan PkM	Keterangan	Dokumentasi Kegiatan
1	Observasi Potensi dan Persiapan	Ketua dan Anggota Kelompok PkM melakukan pengamatan dan pengumpulan data awal untuk analisis situasi, keadaan eksplorasi kebutuhan Mitra	
2	Pemaparan Materi serta Diskusi	Pemaparan materi mengenai Implementasi Etika dalam Bisnis pada Pelaku UMKM di Kecamatan Cisayong	
3	Pemberian Sertifikat dan MoU	Pemberian Sertifikat dan MoU dengan Mitra	

4	Foto Bersama	Setelah Selesai Kegiatan Workshop foto bersama dengan Peserta	
---	--------------	---	--

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Etika Bisnis merupakan prinsip moral yang dijadikan sebagai panduan untuk bisnis yang dijalankan. Sehingga, semua aspek yang ada kaitannya dengan bisnis juga dapat menjalankan bisnis sesuai nilai, normam sehat perilaku, adil, profesional, baik seluruh orang di perusahaan yang ada di dalam, mitra kerja, pemegang saham, pelanggan juga masyarakat luas. Di dunia bisnis, etika bisnis juga dikenal dengan pastinya. Banyak semua orang sangat setuju dimana etika bisnis juga memang diperlukan oleh setiap bisnis memiliki oleh setiap bisnis.

Prinsip etika bisnis adalah menjadikan sebuah bisnis ini ke dalam kegiatan yang beretika, sehingga dapat berjalan dengan seiringnya suatu kaidah etika yang berada didalam hukum dan aturan yang berlaku. Didalam hal ini banyak ada kaitannya yang berhubungan dengan norma-norma kaidah etika yang baik berlaku untuk dapat diterapkan di bisnis, namun membantu juga kita untuk dapat bertanggung jawab dan suatu berperilaku yang baik di masyarakat.

Implementasi etika dalam bisnis pada pelaku UMKM di Kecamatan Cisayong adalah langkah penting untuk membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Berikut beberapa saran untuk implementasi etika bisnis UMKM: Transparansi dan Keterbukaan; Pemenuhan Standar Kualitas; Pemberdayaan Tenaga Kerja; Praktik Bisnis Adil; Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan; Praktik Keuangan yang Jelas; Pentingnya Kepuasan Pelanggan; Inovasi Keberlanjutan; Kepatuhan Hukum; dan Komitmen pada Nilai Etika.

Implementasi etika dalam bisnis UMKM bukan hanya menguntungkan secara moral, tetapi juga dapat menjadi faktor yang mendukung pertumbuhan jangka panjang bisnis tersebut. Etika bisnis yang baik dapat menciptakan hubungan yang kuat dengan pemasok, pelanggan, dan komunitas, yang pada gilirannya dapat membantu memperkuat posisi bisnis di pasar.

Kegiatan sosialisasi dapat meningkatkan kesadaran para pelaku usaha untuk penerapan etika dalam bisnis yang dilakukannya. Melalui sosialisasi ini kemampuan dan pengetahuan mereka akan pentingnya etika dalam berbisnis, dan dapat juga menjadi pedoman bagi pengembangan usahanya di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. S. B. Ishak, "Demand for takaful and microtakaful in Malaysia." University of Sussex, 2020.
- [2] S. Susriyanti, S. R. Mulyani, and F. Yeni, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perilaku Bisnis Pedagang Bingkuang dengan Kepribadian Sebagai Pendukung," *J. Community Engagem. Heal.*, vol. 4, no. 2, pp. 599–604, 2021.
- [3] T. L. Sha, "Penerapan Etika Dalam Menjalankan Bisnis Pada Ukm Mada Mute Di Serang," *Pros. Serina*, vol. 2, no. 1, pp. 1455–1462, 2022.
- [4] R. W. Sexty, *Canadian business and society: Ethics & responsibilities*. McGraw-Hill Ryerson, 2011.
- [5] K. H. Brunk, "Un/ethical company and brand perceptions: Conceptualising and operationalising consumer meanings," *J. Bus. ethics*, vol. 111, pp. 551–565, 2012.
- [6] M. M. Ir Arisetyanto Nugroho and S. E. Agus Ariyanto, *Etika Bisnis (Business Ethic)*

- Pemahaman Teori secara Komprehensif dan Implementasinya.* PT Penerbit IPB Press, 2015.
- [7] N. Syahrenny, T. Tegowati, W. Khamimah, I. Widiarma, and D. Mutmainnah, “Pelatihan Etika Bisnis Dan Pembukuan Bagi Pelaku Umkm Di Semolowaru Kota Surabaya,” *JUKESHUM J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–8, 2022, doi: 10.51771/jukeshum.v2i1.247.
- [8] G. P. Huber, “Organizational learning: The contributing processes and the literatures,” *Organ. Sci.*, vol. 2, no. 1, pp. 88–115, 1991.
- [9] M. Yusuf, K. Aprianti, M. Mulyadin, and I. Julfiyati, “Penerapan Etika Berbisnis Dalam Operasional Usaha Pelaku UMKM Di Kelurahan Rontu,” *JKBP J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, 2023.
- [10] M. H. Ali, “Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM,” *Eco-Entrepreneurship*, vol. 6, no. 1, pp. 34–42, 2020.