

Pelatihan Penerapan Etika Bisnis Untuk Meningkatkan Pengetahuan Dan Kemampuan Pelaku UMKM di Kelurahan Bincar

MUHAMMAD YUSUF RITONGA¹

¹Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Graha Nusantara
afiqohasya@gmail.com

RAJAB ANSARI^{2*}

²Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah
Tapanuli Selatan
rajab.ansari@um-tapsel.ac.id

ANDI SAPUTRA MANDOPA³

³Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Graha Nusantara
andimandopa100@gmail.com

AHMAD RAFII⁴

⁴Fakultas Teknik
Universitas Graha Nusantara
rafiia336@gmail.com

NOVA CHRISTINA DEWI⁵

⁵Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Graha Nusantara
dewinova704@gmail.com

ADEK NILASARI HARAHAP⁶

⁶Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Graha Nusantara
adek.harahap1988@gmail.com

LANNI MUTIAH⁷

⁷Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Graha Nusantara
lannimutiah@gmail.com

CITRA SITOMPUL⁸

⁸Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Graha Nusantara
Sitompulcitra51@gmail.com

Diterima : 10/01/2026

Revisi :

Disetujui : 23/01/2026

ABSTRAK

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat, namun masih banyak yang belum memahami penerapan etika bisnis secara baik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM di Kelurahan Bincar dalam menerapkan etika bisnis dalam menjalankan usahanya. Pelatihan dilaksanakan melalui penyampaian materi, diskusi, dan tanya jawab yang membahas prinsip dasar etika bisnis, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan pelayanan kepada konsumen. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku UMKM dengan berbagai jenis usaha. Evaluasi dilakukan menggunakan angket untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan pelaku UMKM mengenai pentingnya etika bisnis dalam mendukung keberlanjutan usaha. Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat menerapkan etika bisnis secara konsisten sehingga mampu meningkatkan kualitas usaha dan kepercayaan konsumen di Kelurahan Bincar.

Kata Kunci : Pelatihan, Etika Bisnis, Pengetahuan, Kemampuan, UMKM

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi
[CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam perekonomian nasional karena berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. UMKM juga menjadi tulang punggung ekonomi lokal, terutama di wilayah kelurahan, karena mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi dan menjangkau masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah (Daulay, 2025; Meilani et al., 2025). Di Kelurahan Bincar, UMKM berkembang dalam berbagai bidang usaha dan berkontribusi terhadap dinamika ekonomi masyarakat setempat.

Meskipun memiliki peran penting, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai permasalahan dalam menjalankan usahanya. Permasalahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan modal dan pemasaran, tetapi juga rendahnya pemahaman mengenai pengelolaan usaha yang beretika. Kurangnya pemahaman terhadap etika bisnis dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan konsumen serta lemahnya hubungan usaha dengan pihak lain (Mufidah et al., 2025).

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai moral dan prinsip yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi secara bertanggung jawab. Penerapan etika bisnis bertujuan untuk menciptakan hubungan yang adil, transparan, dan saling menguntungkan antara pelaku usaha, konsumen, serta masyarakat luas (Maulena et al., 2024; Nandavita et al., 2025). Bagi UMKM, etika bisnis menjadi fondasi penting dalam membangun reputasi dan keberlanjutan usaha.

Dalam praktiknya, sebagian pelaku UMKM masih belum menerapkan etika bisnis secara konsisten. Praktik usaha seperti kurangnya kejujuran dalam informasi produk, pelayanan yang tidak optimal, serta ketidakseimbangan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen masih sering ditemukan. Hal ini menunjukkan perlunya upaya edukatif untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya etika bisnis dalam kegiatan usaha sehari-hari (Ilhamsyah et al., 2025; Prayuda et al., 2025)

Selain itu, persaingan usaha yang semakin ketat menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hasil perbandingan antara kinerja produk atau jasa dengan harapan konsumen, yang sangat dipengaruhi oleh sikap etis pelaku usaha dalam melayani pelanggan (Fauzan & Nuryana, 2014). Penerapan etika bisnis yang baik akan mendorong terciptanya kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Upaya peningkatan kapasitas pelaku UMKM perlu dilakukan melalui pelatihan yang terarah dan aplikatif. Pelatihan etika bisnis menjadi salah satu strategi yang relevan untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan usaha secara profesional, jujur, dan bertanggung jawab. Kegiatan pelatihan diharapkan mampu memberikan pemahaman praktis yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan pelaku UMKM di tingkat lokal (Adiguna et al., 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan fokus pada pelatihan penerapan etika bisnis bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bincar. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan etika bisnis secara konsisten, sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang secara

berkelanjutan, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini dilaksanakan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif melalui pelatihan penerapan etika bisnis bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Bincar. Pendekatan edukatif dipilih karena pelatihan merupakan salah satu metode efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat sasaran secara sistematis, sedangkan pendekatan partisipatif bertujuan untuk mendorong keterlibatan aktif peserta agar materi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diterapkan dalam praktik usaha sehari-hari (Gorda et al., 2025; Idris et al., 2025).

1. Tahap Analisis Situasi

Tahap awal kegiatan diawali dengan analisis situasi untuk mengidentifikasi kondisi, kebutuhan, serta permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di Kelurahan Bincar. Analisis situasi dilakukan melalui observasi lapangan dan komunikasi awal dengan perangkat kelurahan serta pelaku UMKM. Tahap ini penting untuk memperoleh gambaran nyata mengenai tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap etika bisnis dan praktik usaha yang selama ini dijalankan. Analisis situasi merupakan langkah awal yang menentukan keberhasilan program pengabdian karena menjadi dasar dalam perencanaan kegiatan yang tepat sasaran (Sugiyono, 2021).

2. Tahap Perencanaan Kegiatan

Berdasarkan hasil analisis situasi, tim PKM menyusun perencanaan kegiatan yang meliputi penentuan tujuan pelatihan, penyusunan materi etika bisnis, pemilihan metode penyampaian, serta penjadwalan kegiatan. Materi pelatihan difokuskan pada prinsip-prinsip dasar etika bisnis, seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, kualitas pelayanan, dan hubungan usaha yang saling menguntungkan. Penyusunan materi dilakukan secara kontekstual agar sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pelaku UMKM di tingkat kelurahan (Mugara et al., 2025; Putalan et al., 2025).

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

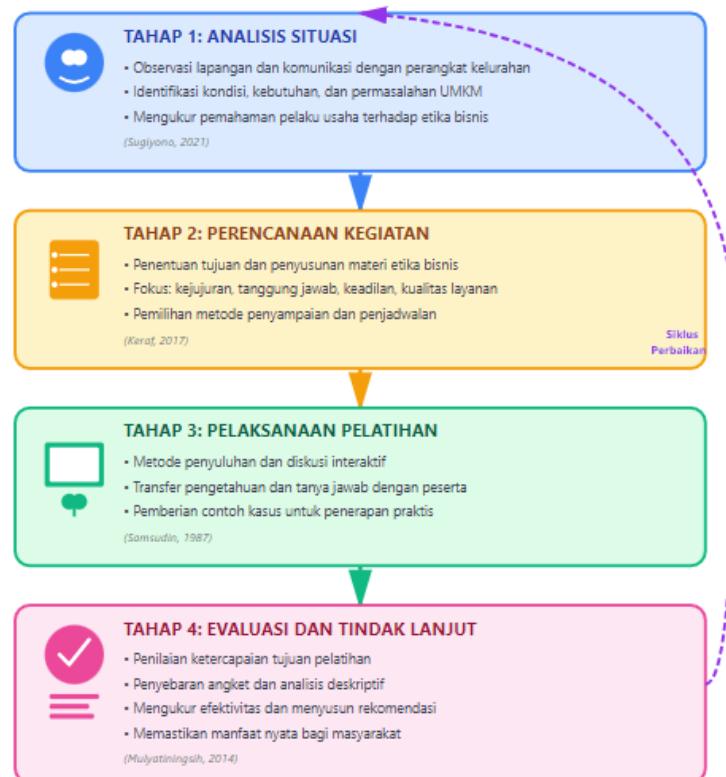
Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui metode penyuluhan dan diskusi interaktif. Penyuluhan digunakan sebagai sarana transfer pengetahuan secara informatif, sedangkan diskusi dan tanya jawab berfungsi untuk menggali pengalaman peserta serta membahas permasalahan nyata yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Metode ini sejalan dengan konsep penyuluhan sebagai pendidikan nonformal yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih baik tanpa unsur paksaan (Putra, R. A., & Sembiring, N. A. B., 2024). Pada tahap ini juga diberikan contoh kasus sederhana agar peserta mampu memahami penerapan etika bisnis secara praktis.

4. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk menilai ketercapaian tujuan pelatihan dan tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Evaluasi dilakukan melalui penyebaran angket kepada peserta setelah kegiatan pelatihan selesai. Hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui efektivitas kegiatan serta menjadi bahan rekomendasi bagi

pelaksanaan kegiatan PKM selanjutnya. Evaluasi merupakan bagian penting dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk memastikan bahwa program yang dilaksanakan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sasaran (Muhammad Fachri Azhar et al., 2023; Nasution et al., 2024).

Adapun tahapan-tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan di Kelurahan Bincar, dapat di gambarkan seperti berikut ini:



Gambar 1
Tahapan Kegiatan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) berupa pelatihan penerapan etika bisnis bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bincar berjalan dengan baik dan memperoleh respons positif dari peserta. Kegiatan ini diikuti oleh 20 pelaku UMKM yang bergerak di berbagai bidang usaha, seperti perdagangan, kuliner, dan jasa. Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terlihat dari keaktifan dalam sesi diskusi dan tanya jawab serta keterlibatan peserta dalam menyampaikan permasalahan usaha yang mereka hadapi.

Hasil evaluasi kegiatan diperoleh melalui penyebaran angket kepada peserta setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Berdasarkan hasil angket, sebesar 85% peserta menyatakan memahami konsep dasar etika bisnis dengan baik, sementara 10% peserta menyatakan cukup memahami, dan 5% peserta menyatakan masih memerlukan pendampingan lanjutan. Data ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap etika bisnis setelah mengikuti pelatihan. Temuan ini sejalan dengan pendapat (Rahmawati et al., 2024) yang menyatakan bahwa edukasi etika bisnis berperan penting dalam membentuk perilaku usaha yang bertanggung jawab.

Selain peningkatan pengetahuan, hasil angket juga menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menerapkan etika bisnis secara praktis. Sebanyak 80% peserta menyatakan siap menerapkan prinsip etika bisnis dalam kegiatan usaha sehari-hari, terutama terkait kejujuran dalam penyampaian informasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta tanggung jawab terhadap konsumen. Sementara itu, 20% peserta menyatakan masih memerlukan waktu untuk beradaptasi dalam penerapan etika bisnis secara konsisten. Hasil ini mendukung pandangan (Soepartono & Arafah, 2024) yang menyebutkan bahwa perilaku etis pelaku usaha berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen.



Gambar 2

Pelaksanaan Kegiatan PKM di Kelurahan Bincar

Dari aspek manfaat kegiatan, 90% peserta menyatakan bahwa pelatihan sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan usaha yang mereka jalankan, sedangkan 10% peserta menyatakan kegiatan cukup bermanfaat. Tidak terdapat peserta yang menyatakan kegiatan tidak bermanfaat. Hal ini menunjukkan bahwa metode penyuluhan dan diskusi interaktif yang digunakan mampu menjawab kebutuhan pelaku UMKM secara kontekstual. Metode partisipatif seperti ini dinilai efektif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat karena mendorong keterlibatan aktif peserta (Missouri et al., 2023)

Tabel 1

Hasil Angket Pemahaman dan Respons Pelaku UMKM terhadap Pelatihan Etika Bisnis

No	Aspek yang Dinilai	Kategori Respons	Jumlah Peserta	Percentase (%)
1	Pemahaman konsep etika bisnis	Sangat memahami	17	85
		Cukup memahami	2	10
		Kurang memahami	1	5
2	Kesiapan menerapkan etika bisnis dalam usaha	Siap menerapkan	16	80
		Perlu adaptasi	4	20
3	Manfaat pelatihan bagi usaha	Sangat bermanfaat	18	90
		Cukup bermanfaat	2	10
		Tidak bermanfaat	0	0

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan penerapan etika bisnis mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM di Kelurahan Bincar. Penerapan etika bisnis yang baik diharapkan dapat memperkuat hubungan pelaku usaha dengan konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mendukung keberlanjutan UMKM dalam

jangka panjang. Hasil ini menegaskan pentingnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai sarana pemberdayaan UMKM di tingkat lokal (Athasani et al., 2025; Pratama, 2023).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Kelurahan Bincar beserta seluruh pihak yang telah memberikan izin, dukungan, dan fasilitas selama kegiatan berlangsung. Selain itu, apresiasi disampaikan kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Bincar yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pelatihan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, P., Sutariyono, S., Aisha, N., Herawati, T., Nurrahman, S., Saefullah, A., Ar, R., Hakim, M. P., Syaputra, R., & Sitohang, R. M. (2024). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia pada UMKM Melalui Keterampilan Digital dalam Produksi Pangan. *Journal of Community Research & Engagement*, 1(1), 92–102. <https://doi.org/10.60023/v1sgmx97>
- Athasani, R., R. Sadira, S., Shofiyah, S., Indira, A. N., Faza, A. H., Arkom, A. A. A., & Rahmatin, L. S. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi dan Legalitas Usaha di Kelurahan Jepara Surabaya. *PEMA*, 5(3), 156–167. <https://doi.org/10.56832/pema.v5i3.1590>
- Daulay, S. M. (2025). Potret UMKM Desa Pantai Labu: Analisis Tantangan, Strategi, Dan Kontribusi Ekonomi Lokal. *Smart GOALS Jurnal Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(2), 61–80. <https://doi.org/10.36490/sg.v1i2.1563>
- Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG BEBEK H. SLAMET DI KOTA MALANG. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 38. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.774>
- Gorda, A. A. A. N. R., Sugara Yasa, I. W., & Sedana, I. N. (2025). Pengabdian Masyarakat: Edukasi dan Pembinaan Anak di Lembaga Pembinaan Khusus Anak (LPKA) Karangasem Bali. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(6), 2471–2482. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2117>
- Idris, H., Rahmiwati, A., & Purnamasari, S. (2025). Edukasi gizi dengan modul makanan sehat dan media emo demo untuk pencegahan stunting. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(3), 925–936. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i3.23981>
- Ilhamsyah, M. Z., Firdaus, R., & Rasidi, Moh. (2025). Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha: Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6493–6503. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1671>
- Maulena, M., Zulkarnain, T., & Mariana, M. (2024). Transformasi Bisnis dengan Etika Bisnis Islam: Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 7(2). <https://doi.org/10.47647/jsh.v7i2.2910>
- Meilani, A. N., Nugraha, H. A., Nuraini Pane, S., Maulidia, I., & Khairani Tambunan, A. (2025). Peran UMKM Jasa dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2672–2678. <https://doi.org/10.62710/w5v66g38>
- Missouri, R., Annafi, N., Lukman, L., Khairunnas, K., Mutmainah, S., Fathir, F., & Alamin, Z. (2023). PENINGKATAN KESADARAN DAN PARTISIPASI MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PENGELOLAAN SAMPAH. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 91–101. <https://doi.org/10.52266/taroa.v2i2.2617>
- Mufidah, F. N., Gofur, M. A., & Soraya, N. (2025). PERAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENCEGAH KECURANGAN PRODUSEN DAN MEMBANGUN KEPERCAYAAN

KONSUMEN. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 14–22.
<https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i1.373>

Mugara, R., Handayani, H., Birawan, I. G. K., Hidayat, A., & Barkudin, B. (2025). Pembinaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Tingkat Kelurahan di Kota Cimahi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 65–72. <https://doi.org/10.58818/jpm.v3i2.120>

Muhammad Fachri Azhar, Fitri Wahyu Rhamdani, Fitria Sisca Wulandari, Adrian Gilang Pamungkas, Juniar Amalia Saputri, & Aura Risqita Andiany. (2023). Kolaborasi Mahasiswa dan Masyarakat Desa dalam Mengatasi Tantangan Sosial Melalui Program KKN di Desa Pisangan Jaya. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(6), 20–47. <https://doi.org/10.54066/jikma.v1i6.1047>

Nandavita, A. Y., Fadla, D. A., Lizariani, D., & Hasyima, M. (2025). Etika dalam Pemasaran: Upaya Mewujudkan Keadilan dan Perlindungan Konsumen di Era Digital. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2360–2369. <https://doi.org/10.62710/e5hqb690>

Nasution, S., Mu'arrif, Z. I., Harahap, S. B., & Bustami, B. (2024). EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT DI KABUPATEN PESISIR SELATAN. *RANGGU: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 58–71. <https://doi.org/10.32939/rgk.v4i2.3679>

Pratama, I. W. A. (2023). PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM KUBE SARASWATI SEBAGAI SARANA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI DESA WISATA JATILUWIH, TABANAN-BALI. *BINA CIPTA*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.46837/binacipta.v2i1.12>

Prayuda, H., Jati, L. J., & Talidobel, S. (2025). Edukasi Etika Bisnis, Strategi Persaingan Usaha, Dan Pemanfaatan Teknologi Untuk Bisnis. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(4), 1454–1463. <https://doi.org/10.59025/pbetj280>

Putalan, R., Farid, Hakiem, D. H., Mohammad Imran, & Zzahra, A. A. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Melalui Pelatihan Branding, Pemasaran Digital, dan Edukasi Keuangan UMKM Produk Perikanan di Kelurahan Leato Selatan. *Jurnal Abdimas Terapan*, 5(1), 22–27. <https://doi.org/10.56190/jat.v5i1.104>

Putra, R. A., & Sembiring, N. A. B. (2024). (2024). Analisis Efektivitas Metode Penyuluhan pada Program Arurang Ngobatan Dina Pakarangan (UBARAN) dengan Pendekatan Kualitatif. *Penyuluhan & Komunikasi Pembangunan Pertanian*, 1(2), 46–58.

Rahmawati, T., Febriyanto, F. C., & Erliana, E. (2024). PERANAN ETIKA BISNIS UMKM DALAM BERINOVASI. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN (ABDIMAS SEAN)*, 2(02), 72–78. <https://doi.org/10.58471/abdimasseen.v2i02.574>

Soepartono, S. A. P., & Arafah, W. (2024). Pengaruh Perilaku Etis Penjual terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan, dan Kepercayaan dalam Industri Pakaian. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 966–980. <https://doi.org/10.37481/jmeb.v4i3.859>

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. 3rd ed. Alfabeta.