

**EDUKASI PENERAPAN ETIKA BISNIS PADA USAHA KONTER PONSEL SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DI JALAN BY PASS (DEPAN  
MASJID NURUL TAQWA KEL. KTK, KAMPAI TABU KARAMBIA, KEC. LUBUK SIKARAH, KOTA  
SOLOK, SUMATERA BARAT**

**Rita Dwi Putri<sup>1\*</sup>, Siska Yulia Defitri<sup>2</sup>, Lucy Septiana Putri<sup>3</sup>, Hamidah Rahmatus<sup>4</sup>, Winda Yanti<sup>5</sup>,  
Trisya Arsyabil<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>, Universitas Mahaputra Muhammad Yamin

<sup>1</sup>ritadwiputri02@gmail.com, <sup>2</sup>siskayuliadefitri@gmail.com, <sup>3</sup>ucyseptiana2@gmail.com,

<sup>4</sup>Stabiqo07@gmail.com, <sup>5</sup>wyanti123455@gmail.com, <sup>6</sup>arsyabiltrisya@gmail.com

**Abstrak:** Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), secara khusus usaha konter ponsel, memegang peranan krusial dalam ekonomi masyarakat, sekaligus berhubungan langsung dengan konsumen saat menjalankan usahanya. Tingginya tingkat persaingan dan kurangnya pemahaman pelanggan mengenai spesifikasi produk, harga, serta kebijakan garansi mengharuskan para pelaku usaha untuk menerapkan prinsip etika bisnis secara berkelanjutan dalam pelayanan yang diberikan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan implementasi etika bisnis dalam usaha konter ponsel, sebagai langkah menggali kepercayaan dan kepuasan dari para pelanggan. Pendekatan yang digunakan adalah melalui edukasi dengan melakukan kunjungan langsung ke mitra UMKM Konter Pasar Hp Jaya Mp di Jalan By Pass, Kota Solok, yang dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Materi edukasi difokuskan pada prinsip kejujuran, keterbukaan informasi, kejelasan mengenai harga dan garansi, tanggung jawab dalam pelayanan, serta profesionalisme saat menangani keluhan dari pelanggan. Hasil dari kegiatan ini memperlihatkan peningkatan pemahaman di kalangan pelaku usaha mengenai signifikansi etika bisnis sebagai elemen dari strategi usaha, di mana penerapan etika bisnis dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan serta mendukung kelangsungan usaha dan daya saing.

**Kata kunci:** etika bisnis, UMKM, konter ponsel, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan

**Article History:**

Received	Revised	Published
22 Desember 2025	10 Januari 2026	15 Januari 2026

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk usaha konter ponsel, memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat. Perkembangan teknologi yang pesat serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap perangkat komunikasi menyebabkan persaingan usaha di bidang konter ponsel semakin ketat. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada penjualan dan variasi produk, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang berlandaskan prinsip bisnis beretika agar mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan usaha (Kotler & Keller, 2016; Suryana, 2014).

Bisnis beretika menekankan pada penerapan nilai kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab, dan keadilan dalam menjalankan kegiatan usaha, khususnya dalam interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan. Etika bisnis berfungsi sebagai pedoman moral agar aktivitas usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan kepentingan pelanggan serta hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan (Keraf, 2010). Penerapan prinsip bisnis beretika yang konsisten dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, terutama pada UMKM yang sangat bergantung pada kepercayaan konsumen (Tjiptono, 2015; Sudarsono, 2019).

Berdasarkan hasil observasi awal dan komunikasi langsung dengan mitra usaha konter ponsel, diperoleh gambaran bahwa prinsip bisnis beretika telah mulai diterapkan dalam pelayanan pelanggan. Mitra usaha berupaya bersikap jujur dan transparan dalam menjelaskan harga, spesifikasi, kondisi produk, serta ketentuan garansi ponsel. Selain itu, mitra usaha juga menghindari praktik menjelekkan merek tertentu dan berusaha menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Namun demikian, masih ditemukan kendala dalam pelayanan, seperti perbedaan tingkat pemahaman pelanggan terhadap fitur ponsel dan munculnya keluhan setelah transaksi, yang menunjukkan perlunya penguatan pemahaman terkait penerapan bisnis beretika.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang dalam bentuk edukasi bisnis beretika bagi pemilik usaha dan karyawan konter ponsel. Edukasi ini difokuskan pada peningkatan pemahaman mengenai prinsip kejujuran, transparansi informasi, dan tanggung jawab dalam pelayanan pelanggan. Melalui kegiatan edukasi ini diharapkan mitra usaha memiliki pemahaman yang lebih baik dan seragam dalam menerapkan bisnis beretika, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat kepercayaan pelanggan, dan mendukung keberlanjutan usaha (Rivai & Arifin, 2018). Pemahaman Etika Bisnis dan Pentingnya Kejujuran

Menurut pemilik usaha, kejujuran dalam bisnis sangat penting, terutama dalam melayani pelanggan. Usaha konter ponsel menjual berbagai merek seperti Samsung, Oppo, Xiaomi, Vivo, dan Infinix, yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Oleh karena itu, penjual tidak boleh menjelekkan salah satu merek demi menjual merek lain, karena hal tersebut justru dapat merugikan toko sendiri. Kejujuran dan sikap netral dalam menjelaskan produk menjadi prinsip utama dalam menjaga kepercayaan pelanggan.

#### 1. Penerapan Etika Bisnis dalam Pelayanan

Selama ini etika bisnis telah menjadi bagian dari cara melayani pelanggan di toko. Pemilik usaha menegaskan bahwa karyawan tidak diperbolehkan menjatuhkan atau membandingkan merek secara tidak sehat di hadapan pelanggan. Pelayanan difokuskan pada kebutuhan pelanggan, yaitu dengan memberikan produk sesuai dengan merek dan spesifikasi yang dicari, tanpa mengarahkan secara menyesatkan ke merek lain.

## 2. Awal Operasional dan Perkembangan Usaha

Usaha konter ponsel ini mulai beroperasi sejak tahun 2003 dan hingga saat ini masih dapat bertahan, meskipun banyak usaha sejenis yang telah tutup. Salah satu faktor keberlangsungan usaha adalah pengelolaan keuangan yang dilakukan secara hati-hati agar pengeluaran tidak lebih besar dari pemasukan. Selain itu, pemilik usaha tidak selalu mengikuti semua tren yang bersifat sementara, karena diyakini dapat menyebabkan barang tidak laku dan menjadi stok mati.

## 3. Produk, Layanan, dan Alur Pelayanan kepada Pelanggan

Produk dan layanan yang ditawarkan meliputi penjualan ponsel dari berbagai merek, serta layanan pendukung lainnya. Alur pelayanan dimulai dengan menyambut pelanggan yang datang, menanyakan kebutuhan mereka, kemudian memberikan penjelasan terkait produk yang diinginkan. Pelayanan yang ramah dan membuat pelanggan merasa nyaman menjadi prioritas utama hingga transaksi selesai.

## 4. Kendala dalam Melayani Pelanggan

Kendala yang sering dihadapi adalah pelanggan yang kurang memahami spesifikasi dan fitur ponsel dari masing-masing merek. Meskipun sudah dijelaskan secara rinci, terkadang setelah ponsel digunakan di rumah muncul keluhan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam kondisi tersebut, pemilik usaha tetap berusaha melayani dengan sabar dan memberikan penjelasan kembali dengan baik.

## 5. Cara Menjelaskan Harga, Spesifikasi, dan Kondisi Ponsel

Harga ponsel umumnya sudah ditetapkan oleh pihak terkait, sehingga toko hanya memberikan penjelasan tambahan seperti potongan harga atau promo tertentu. Spesifikasi dan fungsi ponsel dijelaskan secara detail agar pelanggan memahami produk yang dibeli dan tidak merasa salah dalam menentukan pilihan.

## 6. Penyampaian Informasi Harga dan Garansi

Informasi mengenai harga dan garansi disampaikan secara jelas kepada pelanggan sebelum transaksi dilakukan. Garansi ponsel umumnya berlaku selama satu tahun sesuai ketentuan pabrikan, dengan pengecualian kerusakan tertentu seperti ponsel jatuh atau terkena air. Pemilik usaha mencontohkan bahwa meskipun masa garansi tersisa sedikit, pihak toko tetap membantu mengurus klaim garansi hingga ponsel diperbaiki tanpa biaya tambahan.

## **METODE KEGIATAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui metode Edukasi dimana tim PKM melakukan kunjungan ke mitra UMKM yang menjadi target intervensi (Agustini Sandrasari et al., 2024). Sasaran utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku usaha UMKM “Konter Pasar Hp Jaya Mp” yang beralamat di Jalan By Pass (Depan Masjid Nurul Taqwa Kel. KTK,

Kampai Tabu Karambia, Kec. Lubuk Sikarah, Kota Solok, Sumatera Barat. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari 3 tahap (Tiara Sastianing Maharani, 2024):

### 1. Tahap Persiapan

Pada hari Sabtu, 20 Desember 2025, diadakan pertemuan dengan pemilik usaha Konter Pasar Hp Jaya Mp. Tim PKM memperkenalkan diri dan menyampaikan maksud dan tujuan pertemuan. Setelah pertemuan tersebut, tim PKM mempersiapkan materi edukasi.

### 2. Tahap Pelaksanaan



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan memberikan Edukasi secara detail Penerapan Etika Bisnis pada Usaha Konter Ponsel sebagai Upaya Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan.

### 3. Tahapan Evaluasi



Gambar 2. Tahapan Evaluasi

Langkah terakhir adalah melakukan evaluasi terhadap pemahaman materi Edukasi yang telah dilakukan. Hal ini akan mengetahui seberapa besar pemahaman yang dimiliki oleh para pelaku usaha umkm dan memberikan saran-saran untuk mengimplementasikan umkm pada bisnis yang sedang dijalankan.

## **PEMBAHASAN DAN HASIL**

### **PEMBAHASAN**

Penerapan etika bisnis pada usaha konter ponsel memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Temuan kegiatan menunjukkan bahwa sebelum edukasi dilakukan, etika bisnis belum dipahami sebagai bagian dari strategi usaha. Pelayanan masih berfokus pada penyelesaian transaksi tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap hubungan dengan pelanggan.

Setelah pelaku usaha memperoleh edukasi mengenai etika bisnis, muncul kesadaran bahwa kepercayaan pelanggan dibangun melalui konsistensi perilaku yang beretika. Kejujuran dalam memberikan informasi, kejelasan harga, serta tanggung jawab terhadap layanan yang diberikan menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi positif pelanggan.

Kepercayaan yang terbentuk akan mendorong pelanggan untuk kembali melakukan transaksi dan merekomendasikan usaha kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga memiliki nilai strategis dalam meningkatkan daya saing usaha.

Selain kepercayaan, kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang berlandaskan etika. Pelayanan yang ramah, responsif, dan terbuka mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Kondisi ini memperkuat pandangan bahwa penerapan etika bisnis dapat memberikan manfaat nyata bagi keberlangsungan usaha konter ponsel.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada salah satu usaha konter ponsel yang berlokasi di kawasan Jalan By Pass, Kota Solok. Konter ponsel tersebut melayani berbagai kebutuhan pelanggan, antara lain penjualan telepon seluler, aksesoris ponsel, pengisian pulsa dan paket data, serta layanan jasa ringan seperti penggantian kartu SIM dan pengecekan perangkat. Aktivitas usaha dilakukan setiap hari dengan intensitas interaksi yang cukup tinggi antara pelaku usaha dan pelanggan dari berbagai latar belakang.

Tingginya intensitas interaksi tersebut menjadikan etika bisnis sebagai aspek yang sangat penting dalam menjalankan usaha. Setiap bentuk pelayanan, cara penyampaian informasi, serta sikap pelaku usaha akan secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas usaha. Oleh

karena itu, penerapan etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan sikap moral pelaku usaha, tetapi juga berhubungan erat dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi awal dan komunikasi langsung dengan pelaku usaha, diketahui bahwa aktivitas usaha masih dijalankan berdasarkan pengalaman dan kebiasaan sehari-hari. Pelaku usaha belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai konsep etika bisnis secara formal. Praktik pelayanan lebih berorientasi pada penyelesaian transaksi, sementara aspek transparansi informasi, kejelasan harga, serta penanganan keluhan pelanggan belum menjadi perhatian utama.

Dalam beberapa kondisi, pelaku usaha menyampaikan informasi produk secara singkat tanpa penjelasan yang mendalam, sehingga berpotensi menimbulkan perbedaan persepsi antara pelaku usaha dan pelanggan. Selain itu, mekanisme penanganan keluhan pelanggan belum dilakukan secara sistematis. Keluhan sering kali diselesaikan secara situasional, tergantung kondisi dan komunikasi yang terjadi pada saat itu. Situasi ini menunjukkan perlunya edukasi etika bisnis sebagai upaya untuk memperbaiki kualitas pelayanan dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

### **Pelaksanaan Edukasi Penerapan Etika Bisnis**

Pelaksanaan edukasi penerapan etika bisnis dilakukan melalui pendekatan partisipatif agar materi yang disampaikan mudah dipahami dan relevan dengan kondisi usaha. Kegiatan dimulai dengan penyampaian materi secara langsung mengenai pengertian etika bisnis dan perannya dalam kegiatan usaha, khususnya pada usaha konter ponsel yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

Materi edukasi mencakup prinsip-prinsip dasar etika bisnis, seperti kejujuran dalam menyampaikan informasi produk, tanggung jawab terhadap layanan yang diberikan, keadilan dalam penetapan harga, serta profesionalisme dalam melayani pelanggan. Pelaku usaha juga diberikan pemahaman bahwa etika bisnis tidak hanya berlaku pada saat transaksi berlangsung, tetapi juga tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari saat berinteraksi dengan pelanggan.

Selain pemaparan materi, kegiatan edukasi dilengkapi dengan diskusi interaktif dan contoh kasus yang sering terjadi dalam usaha konter ponsel. Pelaku usaha diajak untuk mengidentifikasi permasalahan yang pernah dialami, seperti komplain pelanggan terkait kualitas produk atau ketidaksesuaian harga. Melalui diskusi ini, pelaku usaha dapat memahami bagaimana prinsip etika bisnis dapat diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut secara lebih bijak dan profesional.

Pendekatan diskusi dan contoh kasus ini membantu pelaku usaha untuk tidak hanya memahami konsep etika bisnis secara teoritis, tetapi juga melihat penerapannya secara praktis dalam kegiatan usaha sehari-hari.

## **Hasil Kegiatan Edukasi**

Hasil kegiatan edukasi menunjukkan adanya perubahan yang positif pada pemahaman dan cara pandang pelaku usaha terhadap etika bisnis. Setelah mengikuti kegiatan edukasi, pelaku usaha mulai menyadari bahwa etika bisnis memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan menjaga keberlangsungan usaha.

Pelaku usaha mampu mengidentifikasi perilaku pelayanan yang sesuai dengan prinsip etika bisnis, seperti pentingnya menyampaikan informasi produk secara jelas dan tidak menyesatkan. Selain itu, pelaku usaha juga mulai memahami bahwa sikap ramah, sopan, dan terbuka terhadap pertanyaan pelanggan merupakan bagian dari pelayanan yang beretika.

Hasil lain yang terlihat adalah meningkatnya kesadaran pelaku usaha untuk memperlakukan seluruh pelanggan secara adil tanpa membedakan latar belakang atau jenis transaksi. Pelaku usaha juga mulai memahami bahwa keluhan pelanggan bukan merupakan ancaman, melainkan masukan yang dapat digunakan untuk memperbaiki kualitas layanan.

Secara keseluruhan, kegiatan edukasi ini memberikan dampak positif terhadap perubahan sikap dan pola pikir pelaku usaha dalam menjalankan usaha konter ponsel yang lebih berorientasi pada pelanggan.

## **Implikasi Kegiatan**

Implikasi dari kegiatan edukasi ini adalah meningkatnya kesadaran dan kesiapan pelaku usaha untuk menerapkan etika bisnis dalam aktivitas usaha sehari-hari. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai etika bisnis, pelaku usaha diharapkan mampu memperbaiki kualitas pelayanan serta membangun hubungan yang lebih harmonis dengan pelanggan.

Dalam jangka panjang, penerapan etika bisnis dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi usaha konter ponsel di Jalan By Pass Kota Solok. Kegiatan ini juga dapat dijadikan sebagai model pendampingan bagi usaha sejenis dalam upaya meningkatkan profesionalisme usaha dan kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan edukasi penerapan etika bisnis pada usaha konter ponsel di Jalan By Pass Kota Solok memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya etika dalam menjalankan aktivitas bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa etika bisnis bukan sekadar pedoman moral, tetapi juga memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Melalui edukasi yang diberikan, pelaku usaha mulai menyadari bahwa kejujuran dalam menyampaikan informasi produk, kejelasan harga dan garansi, sikap ramah, serta tanggung jawab dalam menangani keluhan pelanggan merupakan faktor penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Penerapan prinsip-prinsip tersebut mampu membentuk persepsi positif pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Selain itu, kegiatan ini juga mendorong perubahan pola pikir pelaku usaha dari yang semula hanya berorientasi pada penyelesaian transaksi, menjadi lebih berfokus pada kualitas pelayanan dan keberlanjutan usaha. Kesadaran bahwa kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan rekomendasi dari mulut ke mulut menjadi nilai tambah dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Secara keseluruhan, edukasi penerapan etika bisnis terbukti dapat meningkatkan kesiapan pelaku usaha dalam menjalankan usaha secara lebih profesional dan beretika. Dengan penerapan etika bisnis yang konsisten, usaha konter ponsel diharapkan mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan, meningkatkan daya saing, serta mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alisia, V. (2021). JURNAL JEBAKU Vol 1 No. 3 (Desember 2021) – E-ISSN : 2827-8372 P-ISSN : 2827-8364 pg. 58 KAJIAN PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH MELALUI E-PEKEN DALAM UPAYA PEMULIHAN EKONOMI KOTA SURABAYA. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN AKUNTANSI*, 59.
- Diny Agustini Sandrasari, E. W. (2024). PELATIHAN PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN PENJUALAN PADA UMKM KECAMATAN CILANDAK JAKARTA SELATAN. *Pengabdian Masyarakat*, 404.
- Hasibuan, M. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jeni Wardi, G. E. (2010). Bimtek Harga Pokok Penjualan Produk Bank Sampah Berkah Abadi Limbungan Rumbai Pekanbaru. *ilmiah ekonomi dan bisnis*, 56.
- Keraf, A. S. (2010). *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Yogyakarta: Pearson Education.
- Rivai, V. &. (2018). *Islamic Business Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudarsono. (2019). Peran etika bisnis dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 45-52.



- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tiara Sastianing Maharani, A. M. (2024). PELATIHAN DIGITALISASI PEMASARAN DAN PENCATATAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM MIE AYAM DI DUSUN BANDUT. *pengabdian masyarakat*, 347.
- Tiara Sastianing Maharani, A. M. (2024). PELATIHAN DIGITALISASI PEMASARAN DAN PENCATATAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM MIE AYAM DI DUSUN BANDUT KIDUL. *Pengabdian Masyarakat*, 345.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yusmaniarti, M. (2021). Sak Syariah Sebagai Persiapan Rat Pada Koperasi Syariah Cahaya Tani. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri. *Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan* , 215.