

JANGKAUAN DAN BANTUAN UNTUK MENERAPKAN ETIKA BISNIS

OUTREACH AND ASSISTANCE FOR THE IMPLEMENTATION OF BUSINESS ETHICS

**Wa Ruyani¹, Wa Dela Buton², Claudio Paulus Sabono³, Sandra⁴, Dias Ramadhani Latar^{5*},
Nur Nadia Tuanaya⁶**

^{1,2,3,4,5,6*} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Ambon
Email: diasslife98@gmail.com

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kota Ambon. Namun, banyak pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama karena pemahaman mereka yang terbatas tentang penerapan etika bisnis dalam mengelola usaha. Kondisi ini dapat menurunkan kepercayaan konsumen, melemahkan daya saing usaha, dan menghambat keberlanjutan bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, Program Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan kapasitas pelaku UMKM dalam menerapkan prinsip etika bisnis melalui penyuluhan pendidikan, diskusi interaktif, dan kegiatan pendampingan. Program ini dilaksanakan untuk pelaku UMKM di Kota Ambon melalui beberapa tahap, termasuk penilaian kebutuhan mitra, penyusunan materi pelatihan, dan sesi edukasi yang mencakup prinsip kejujuran, tanggung jawab, keadilan, transparansi, serta pengenalan utilitarianisme, deontologi, dan etika kebajikan sebagai kerangka etika untuk pengambilan keputusan bisnis. Kegiatan ini dilanjutkan dengan sesi diskusi, konsultasi, dan mentoring tentang penerapan etika bisnis secara praktis dalam operasional bisnis sehari-hari, seperti memberikan informasi produk yang akurat, menetapkan harga yang transparan, meningkatkan kualitas layanan, dan membina hubungan positif dengan pelanggan serta pemasok. Hasilnya menunjukkan bahwa peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi sepanjang program, mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya etika bisnis dalam memperkuat kepercayaan konsumen, dan menunjukkan komitmen untuk menerapkan nilai-nilai etika dalam kegiatan bisnis mereka. Selain itu, program ini meningkatkan kesadaran peserta bahwa kesuksesan bisnis ditentukan tidak hanya oleh keuntungan ekonomi, tetapi juga oleh integritas, tanggung jawab sosial, dan profesionalisme dalam menjalankan bisnis. Melalui Pengabdian Masyarakat ini, diharapkan budaya bisnis yang lebih etis, kompetitif, dan berkelanjutan akan terbangun, sehingga memperkuat pengembangan UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Kota Ambon.

Kata Kunci: Etika bisnis, UMKM, Kota Ambon, Utilitarianisme, Deontologi, Etika Kebajikan.

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in promoting economic growth, creating employment opportunities, and enhancing community welfare in Ambon City. However, many MSME entrepreneurs continue to face various challenges, particularly due to their limited understanding of the implementation of business ethics in managing their enterprises. This condition may reduce consumer trust, weaken business competitiveness, and hinder long-term business sustainability. Therefore, this Community Service Program (CSP) aims to enhance the knowledge, understanding, and capacity of MSME entrepreneurs to apply business ethics principles through educational outreach, interactive discussions, and mentoring activities. The program was conducted for MSME entrepreneurs in Ambon City through several stages, including partner needs assessment, preparation of training materials, and educational sessions covering the principles of honesty, responsibility, fairness, transparency, as well as the introduction of utilitarianism, deontology,*

and virtue ethics as ethical frameworks for business decision-making. These activities were followed by discussion sessions, consultations, and mentoring on the practical implementation of business ethics in daily business operations, such as providing accurate product information, establishing transparent pricing, improving service quality, and fostering positive relationships with customers and suppliers. The results indicate that participants showed a high level of enthusiasm throughout the program, gained a better understanding of the importance of business ethics in strengthening consumer trust, and demonstrated a commitment to applying ethical values in their business activities. Furthermore, the program increased participants' awareness that business success is determined not only by economic profit but also by integrity, social responsibility, and professionalism in conducting business. Through this Community Service Program, it is expected that a more ethical, competitive, and sustainable business culture will be fostered, thereby strengthening the development of MSMEs and supporting local economic growth in Ambon City.

Keywords: Business ethics, SMEs, Ambon City, Utilitarianism, Deontology, Virtue Ethics.

Article History:

Received	Revised	Published
23 Mei 2026	10 Juli 2026	15 Juli 2026

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional maupun daerah. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi di tengah berbagai tantangan. Di Kota Ambon, UMKM berkembang pada berbagai sektor usaha, seperti kuliner, perdagangan, kerajinan tangan, jasa, dan industri rumah tangga. Potensi tersebut menjadi modal penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain menghasilkan produk yang mencerminkan kekayaan budaya daerah, UMKM juga menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja dari berbagai lapisan masyarakat. Oleh sebab itu, pengembangan kapasitas UMKM menjadi salah satu prioritas dalam upaya meningkatkan daya saing ekonomi daerah.

Di tengah perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif, pelaku UMKM dituntut tidak hanya memiliki kemampuan dalam menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas, tetapi juga mampu menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis. Etika bisnis merupakan seperangkat nilai dan norma yang menjadi pedoman bagi pelaku usaha dalam mengambil keputusan dan menjalankan aktivitas bisnis secara jujur, adil, bertanggung jawab, dan transparan. Penerapan etika bisnis menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen, memperkuat hubungan dengan mitra usaha, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menciptakan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dalam era digital saat ini, informasi mengenai kualitas pelayanan dan reputasi suatu usaha dapat dengan mudah menyebar melalui media sosial maupun platform digital lainnya, sehingga perilaku etis pelaku usaha menjadi salah satu aspek yang menentukan keberhasilan bisnis.

Meskipun memiliki peran yang sangat penting, penerapan etika bisnis pada sebagian pelaku UMKM di Kota Ambon masih menghadapi berbagai kendala. Berdasarkan hasil

observasi awal dan berbagai kajian mengenai pengembangan UMKM, masih ditemukan pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami pentingnya penerapan prinsip kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi dalam menjalankan usahanya. Permasalahan tersebut terlihat dari masih adanya praktik penyampaian informasi produk yang kurang lengkap, ketidaksesuaian antara kualitas produk dengan informasi yang diberikan kepada konsumen, kurangnya keterbukaan mengenai harga maupun komposisi produk, serta rendahnya pemahaman mengenai hak-hak konsumen. Selain itu, sebagian pelaku UMKM masih lebih berorientasi pada keuntungan jangka pendek dibandingkan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui praktik bisnis yang beretika. Kondisi ini berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat, melemahkan reputasi usaha, serta menghambat perkembangan UMKM dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Rendahnya pemahaman mengenai etika bisnis umumnya dipengaruhi oleh keterbatasan akses terhadap pendidikan dan pelatihan, minimnya kegiatan pendampingan, serta kurangnya sosialisasi mengenai pentingnya penerapan nilai-nilai etika dalam kegiatan usaha. Sebagian besar pelaku UMKM lebih banyak memperoleh pengetahuan mengenai aspek teknis produksi dan pemasaran, sedangkan aspek etika bisnis belum menjadi perhatian utama. Padahal, etika bisnis bukan hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap norma moral, tetapi juga menjadi strategi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat citra usaha, serta meningkatkan daya saing di pasar. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui kegiatan edukasi yang bersifat praktis, mudah dipahami, dan sesuai dengan kondisi usaha yang dijalankan.

Salah satu bentuk upaya yang dapat dilakukan adalah melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berupa penyuluhan dan pendampingan mengenai penerapan etika bisnis bagi pelaku UMKM di Kota Ambon. Penyuluhan bertujuan memberikan pemahaman mengenai konsep dasar etika bisnis beserta manfaatnya dalam mendukung keberlanjutan usaha, sedangkan pendampingan dilakukan agar peserta mampu mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis secara langsung dalam aktivitas usahanya. Materi yang diberikan meliputi penerapan prinsip kejujuran dalam memberikan informasi produk, tanggung jawab terhadap kualitas barang dan pelayanan, transparansi dalam penetapan harga, keadilan dalam berinteraksi dengan konsumen dan mitra usaha, serta pengenalan teori utilitarianisme, deontologi, dan virtue ethics sebagai landasan pengambilan keputusan bisnis yang bertanggung jawab. Kegiatan juga dirancang secara partisipatif melalui diskusi, studi kasus, dan konsultasi sehingga peserta dapat mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi serta memperoleh solusi yang sesuai dengan kondisi usahanya.

Melalui kegiatan penyuluhan dan pendampingan tersebut diharapkan terjadi peningkatan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya etika bisnis dalam membangun usaha yang profesional, berintegritas, dan berkelanjutan. Selain itu, kegiatan ini diharapkan mampu mendorong perubahan perilaku pelaku usaha dalam memberikan pelayanan yang lebih baik, meningkatkan kualitas produk, membangun hubungan yang harmonis dengan pelanggan dan mitra usaha, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap produk UMKM lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM di Kota Ambon dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis melalui kegiatan penyuluhan dan pendampingan. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM mengenai konsep dan prinsip etika bisnis; (2) memberikan pemahaman mengenai pentingnya penerapan nilai kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi dalam menjalankan usaha; (3) mendampingi pelaku UMKM dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis sesuai dengan karakteristik usahanya; serta (4) mendorong terciptanya budaya bisnis yang etis, meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat daya saing usaha, dan mendukung keberlanjutan UMKM sebagai salah satu pilar pembangunan ekonomi di Kota Ambon. Dengan

demikian, kegiatan PKM ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi peserta secara individual, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan ekosistem UMKM yang sehat, berintegritas, dan berdaya saing di tingkat lokal maupun nasional.

Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif, yang menempatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai mitra aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Metode ini dipilih agar materi yang diberikan tidak hanya dipahami secara teoritis, tetapi juga dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui enam tahapan sebagai berikut.

1. Identifikasi Kebutuhan Pelaku UMKM

Tahap awal kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra untuk mengetahui kondisi nyata yang dihadapi pelaku UMKM terkait penerapan etika bisnis. Identifikasi dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara singkat, dan diskusi awal dengan pelaku UMKM di Kota Ambon. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai tingkat pemahaman peserta terhadap konsep etika bisnis, kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha, serta kebutuhan materi yang relevan dengan kondisi usaha mereka. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memahami pentingnya menjaga hubungan baik dengan konsumen, namun masih memiliki keterbatasan dalam memahami prinsip-prinsip etika bisnis secara komprehensif, seperti transparansi informasi produk, tanggung jawab terhadap kualitas barang, dan perlindungan hak-hak konsumen. Informasi tersebut menjadi dasar dalam menyusun program penyuluhan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

2. Penyusunan Materi Etika Bisnis

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim PKM menyusun materi penyuluhan yang disesuaikan dengan karakteristik dan jenis usaha para peserta. Materi disusun secara sederhana, komunikatif, dan aplikatif sehingga mudah dipahami oleh pelaku UMKM dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman usaha yang beragam. Pokok bahasan meliputi pengertian dan pentingnya etika bisnis, prinsip-prinsip etika bisnis yang terdiri atas kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi, serta penerapan teori utilitarianisme, deontologi, dan virtue ethics dalam pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, materi juga dilengkapi dengan contoh kasus yang sering ditemui dalam kegiatan usaha, seperti pemberian informasi produk kepada konsumen, penetapan harga, pelayanan pelanggan, penanganan keluhan, dan hubungan dengan pemasok. Penyusunan materi bertujuan agar peserta mampu memahami hubungan antara teori etika bisnis dengan praktik usaha yang dijalankan sehari-hari.

3. Penyuluhan kepada Peserta

Tahap penyuluhan dilaksanakan melalui kegiatan sosialisasi secara tatap muka dengan metode ceramah interaktif menggunakan media presentasi dan bahan ajar yang telah disiapkan. Pada sesi ini, tim PKM menyampaikan materi mengenai pentingnya penerapan etika bisnis sebagai salah satu faktor yang mendukung keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Peserta diberikan pemahaman mengenai manfaat perilaku bisnis yang jujur, bertanggung jawab, adil, dan transparan dalam membangun kepercayaan konsumen serta meningkatkan citra usaha. Selama penyampaian materi, peserta didorong untuk memberikan tanggapan terhadap berbagai permasalahan yang mereka alami sehingga proses pembelajaran berlangsung secara interaktif dan kontekstual. Dengan metode tersebut diharapkan peserta

tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga mampu menghubungkan materi dengan kondisi usaha yang mereka jalankan.

4. Diskusi dan Tanya Jawab

Setelah kegiatan penyuluhan, dilaksanakan sesi diskusi dan tanya jawab sebagai sarana bagi peserta untuk memperdalam pemahaman terhadap materi yang telah disampaikan. Pada tahap ini peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan berbagai permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha, seperti cara membangun kepercayaan pelanggan, menyelesaikan keluhan konsumen, menjaga kualitas produk, hingga menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif. Tim PKM memberikan penjelasan, masukan, serta alternatif solusi berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis yang telah dipelajari. Diskusi dilakukan secara terbuka sehingga peserta dapat saling berbagi pengalaman dan praktik baik dalam mengelola usaha. Metode ini diharapkan mampu meningkatkan partisipasi aktif peserta sekaligus memperkuat pemahaman mereka terhadap penerapan etika bisnis dalam situasi nyata.

5. Pendampingan Penerapan Etika Bisnis

Tahap selanjutnya adalah pendampingan kepada pelaku UMKM dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis pada kegiatan usahanya. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi langsung dan pemberian saran mengenai langkah-langkah praktis yang dapat diterapkan oleh peserta, seperti penyampaian informasi produk secara jujur, pencantuman harga yang jelas, peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen, serta penerapan komunikasi yang baik dengan pemasok dan pelanggan. Tim PKM juga memberikan contoh penerapan etika bisnis dalam berbagai aktivitas usaha agar peserta lebih mudah mengadaptasi materi sesuai dengan karakteristik usahanya. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa materi yang telah diberikan tidak berhenti pada aspek pengetahuan, tetapi benar-benar diimplementasikan dalam praktik bisnis sehingga dapat memberikan manfaat bagi perkembangan usaha peserta.

6. Evaluasi Melalui Diskusi dan Umpan Balik Peserta

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan program PKM dan tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi bersama, penyampaian kesan dan saran, serta pemberian umpan balik mengenai materi, metode penyampaian, dan manfaat kegiatan. Selain itu, peserta diminta menjelaskan kembali prinsip-prinsip etika bisnis serta rencana penerapannya dalam usaha masing-masing sebagai indikator peningkatan pemahaman. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta memperoleh pengetahuan baru mengenai pentingnya etika bisnis, memahami manfaat penerapan nilai kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi dalam menjalankan usaha, serta memiliki komitmen untuk menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Temuan dari proses evaluasi juga menjadi bahan masukan bagi tim PKM dalam menyusun program pendampingan lanjutan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM di Kota Ambon.

Hasil dan Pembahasan

1. Pelaksanaan Penyuluhan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) diawali dengan pelaksanaan penyuluhan mengenai pentingnya penerapan etika bisnis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan

Menengah (UMKM) di Kota Ambon. Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka dengan melibatkan pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha, seperti kuliner, perdagangan, kerajinan, jasa, dan industri rumah tangga. Penyuluhan bertujuan memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya menjalankan usaha berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis agar mampu meningkatkan daya saing serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen dan mitra usaha. Materi yang disampaikan meliputi pengertian etika bisnis, manfaat penerapan etika bisnis dalam kegiatan usaha, prinsip-prinsip kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan transparansi, serta pengenalan teori utilitarianisme, deontologi, dan virtue ethics sebagai landasan pengambilan keputusan bisnis. Penyampaian materi dilakukan secara komunikatif dengan menggunakan contoh-contoh yang dekat dengan aktivitas usaha peserta sehingga lebih mudah dipahami dan diterapkan dalam praktik sehari-hari.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari keaktifan dalam mengikuti penyampaian materi, memberikan tanggapan terhadap berbagai studi kasus yang disampaikan, serta berbagi pengalaman mengenai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Suasana penyuluhan berlangsung interaktif sehingga proses penyampaian informasi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga menjadi forum berbagi pengalaman antar pelaku UMKM. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan mampu menjadi media edukasi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya etika bisnis sebagai salah satu faktor pendukung keberhasilan usaha.

2. Peningkatan Pemahaman Peserta

Pelaksanaan penyuluhan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya etika bisnis dalam kegiatan usaha. Sebelum mengikuti kegiatan, sebagian peserta memahami etika bisnis hanya sebatas bersikap ramah kepada pelanggan. Setelah memperoleh materi dan mengikuti diskusi, peserta mulai memahami bahwa etika bisnis mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan tanggung jawab moral dalam menjalankan usaha.

a. Pemahaman tentang Kejujuran

Peserta memahami bahwa kejujuran merupakan dasar utama dalam membangun kepercayaan konsumen. Kejujuran diwujudkan melalui penyampaian informasi produk secara benar, tidak melebih-lebihkan kualitas barang, tidak menyembunyikan kekurangan produk, serta memberikan informasi mengenai bahan baku, ukuran, maupun masa kedaluwarsa apabila diperlukan. Peserta menyadari bahwa kejujuran dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengurangi potensi konflik antara penjual dan pembeli.

b. Pemahaman tentang Tanggung Jawab

Peserta juga memahami bahwa tanggung jawab tidak hanya berkaitan dengan menghasilkan keuntungan, tetapi juga memastikan bahwa produk yang dijual aman, berkualitas, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tanggung jawab diwujudkan melalui kesediaan menerima kritik, memberikan solusi terhadap keluhan pelanggan, serta menjaga kualitas produk secara berkelanjutan. Pemahaman ini mendorong peserta untuk lebih memperhatikan kepuasan pelanggan sebagai bagian dari keberhasilan usaha.

c. Pemahaman tentang Transparansi

Melalui kegiatan penyuluhan, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya transparansi dalam kegiatan usaha. Transparansi dilakukan dengan memberikan informasi harga secara jelas, menjelaskan kualitas dan spesifikasi produk, serta menghindari praktik yang

dapat menimbulkan kesalahpahaman bagi konsumen. Peserta menyadari bahwa keterbukaan informasi akan meningkatkan rasa percaya pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

d. Pemahaman tentang Pelayanan kepada Konsumen

Selain aspek teknis usaha, peserta memahami bahwa pelayanan yang baik merupakan bagian dari etika bisnis. Pelayanan yang sopan, responsif, menghargai pelanggan, dan mampu menangani keluhan secara profesional akan meningkatkan kepuasan konsumen. Peserta juga memahami bahwa pelayanan yang berkualitas dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan usahanya dengan usaha lain. Secara umum, peningkatan pemahaman peserta menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan berhasil memperluas wawasan pelaku UMKM mengenai pentingnya penerapan nilai-nilai etika dalam setiap aktivitas usaha.

3. Pendampingan Penerapan Etika Bisnis

Setelah kegiatan penyuluhan, tim PKM melaksanakan pendampingan kepada peserta agar materi yang telah diberikan dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas usaha. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi, diskusi, dan pemberian contoh penerapan etika bisnis sesuai dengan karakteristik masing-masing usaha.

a. Pencantuman Harga Produk

Peserta didampingi untuk menerapkan sistem penetapan harga yang transparan dengan mencantumkan harga produk secara jelas sehingga konsumen memperoleh informasi yang sama tanpa adanya perbedaan perlakuan. Langkah ini bertujuan menghindari kesalahpahaman dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap usaha yang dijalankan.

b. Penyampaian Informasi Produk

Pendampingan juga difokuskan pada pentingnya memberikan informasi produk secara lengkap dan jujur. Peserta diberikan contoh mengenai penyampaian informasi terkait bahan baku, ukuran, kualitas produk, masa kedaluwarsa, maupun cara penggunaan produk apabila diperlukan. Praktik tersebut diharapkan dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian secara tepat.

c. Pelayanan kepada Konsumen

Tim PKM memberikan pendampingan mengenai penerapan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional. Peserta didorong untuk memberikan respon yang baik terhadap pertanyaan maupun keluhan pelanggan serta menjadikan masukan dari konsumen sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

d. Hubungan dengan Pemasok

Pendampingan juga mencakup hubungan etis dengan pemasok sebagai mitra usaha. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga komunikasi yang baik, memenuhi kesepakatan kerja sama, melakukan pembayaran tepat waktu, serta membangun hubungan saling percaya yang dapat mendukung kelancaran proses produksi dan distribusi. Melalui pendampingan ini, peserta memperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai penerapan etika bisnis dalam aktivitas usaha sehingga nilai-nilai yang telah dipelajari dapat diimplementasikan secara berkelanjutan.

4. Dampak Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pendampingan memberikan berbagai dampak positif terhadap pelaku UMKM yang mengikuti program PKM. Dampak tersebut terlihat dari perubahan pengetahuan, sikap, serta komitmen peserta dalam menjalankan usaha berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis.

a. Meningkatnya Kesadaran tentang Etika Bisnis

Peserta menunjukkan peningkatan kesadaran bahwa etika bisnis merupakan bagian penting dari keberhasilan usaha. Mereka memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya keuntungan, tetapi juga oleh kemampuan menjaga kepercayaan pelanggan melalui perilaku yang jujur, bertanggung jawab, adil, dan transparan.

b. Meningkatnya Kepercayaan Pelanggan

Peserta menyatakan bahwa penerapan etika bisnis, terutama dalam memberikan informasi produk secara jujur dan pelayanan yang baik, diyakini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kepercayaan tersebut menjadi modal penting dalam membangun loyalitas konsumen serta memperluas jaringan pemasaran melalui rekomendasi dari pelanggan.

c. Meningkatnya Motivasi Menjaga Kualitas Produk

Kegiatan pendampingan juga mendorong peserta untuk lebih termotivasi menjaga kualitas produk secara konsisten. Peserta memahami bahwa kualitas produk yang baik merupakan bentuk tanggung jawab kepada konsumen sekaligus strategi dalam mempertahankan daya saing usaha. Komitmen tersebut terlihat dari keinginan peserta untuk terus melakukan perbaikan terhadap kualitas produk, pelayanan, dan pengelolaan usaha.

d. Terbangunnya Komitmen Menerapkan Etika Bisnis

Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan PKM juga berhasil membangun komitmen peserta untuk menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam aktivitas usahanya. Komitmen tersebut diwujudkan melalui kesediaan peserta untuk memberikan informasi produk secara jujur, menjaga kualitas barang, meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, menjalin hubungan yang baik dengan pemasok, serta menjalankan usaha secara profesional dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa penyuluhan dan pendampingan merupakan metode yang efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kota Ambon. Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai etika bisnis, tetapi juga memiliki keterampilan dan motivasi untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis dalam kegiatan usaha sehari-hari. Penerapan nilai-nilai tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM, memperkuat kepercayaan konsumen, serta mendukung keberlanjutan usaha dan pertumbuhan ekonomi lokal di Kota Ambon.

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan melalui penyuluhan dan pendampingan mengenai penerapan etika bisnis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Ambon telah memberikan hasil yang positif dalam meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran peserta terhadap pentingnya etika bisnis dalam menjalankan usaha. Melalui rangkaian kegiatan yang meliputi identifikasi kebutuhan, penyusunan materi, penyuluhan, diskusi interaktif, pendampingan, dan evaluasi, peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penerapan prinsip-prinsip kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan keadilan dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa metode penyuluhan yang dipadukan dengan diskusi dan pendampingan mampu meningkatkan partisipasi aktif peserta serta mempermudah mereka dalam memahami penerapan etika bisnis sesuai dengan karakteristik usaha yang dijalankan. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi dalam usahanya serta menemukan solusi berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis. Pendampingan yang dilakukan turut memberikan contoh nyata mengenai penerapan transparansi harga, penyampaian informasi produk secara jujur, peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen, serta pembinaan hubungan yang profesional dengan pemasok.

Dampak kegiatan terlihat dari meningkatnya kesadaran pelaku UMKM bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memperoleh keuntungan, tetapi juga oleh integritas, tanggung jawab, dan komitmen dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Peserta juga menunjukkan motivasi yang lebih tinggi untuk menjaga kualitas produk, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta membangun reputasi usaha yang positif melalui praktik bisnis yang beretika. Dengan demikian, penerapan etika bisnis menjadi salah satu strategi penting dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM di Kota Ambon.

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, program penyuluhan dan pendampingan mengenai etika bisnis perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dengan melibatkan pemerintah daerah, perguruan tinggi, organisasi pendamping UMKM, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Sinergi antar pihak diharapkan dapat memperluas jangkauan edukasi, meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, serta mendorong terbentuknya budaya bisnis yang profesional, berintegritas, dan berdaya saing. Melalui upaya tersebut, UMKM di Kota Ambon diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berjudul “Penyuluhan dan Pendampingan Penerapan Etika Bisnis bagi Pelaku UMKM di Kota Ambon” dapat terlaksana dengan baik dan artikel ini dapat disusun sebagai bentuk dokumentasi ilmiah atas pelaksanaan kegiatan tersebut.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Pattimura, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi, yang telah memberikan dukungan serta kesempatan kepada tim untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak/Ibu dosen pembimbing dan seluruh civitas akademika yang telah memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses perencanaan, pelaksanaan, hingga penyusunan artikel ini.

Penghargaan dan apresiasi yang setinggi-tingginya diberikan kepada seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Ambon yang telah berpartisipasi secara aktif sebagai mitra dalam kegiatan ini. Antusiasme, keterbukaan, serta partisipasi peserta selama mengikuti penyuluhan, diskusi, dan pendampingan menjadi faktor penting dalam keberhasilan pelaksanaan program. Berbagai pengalaman dan masukan yang disampaikan oleh peserta juga memberikan wawasan yang berharga bagi tim dalam mengembangkan materi serta metode pendampingan yang lebih efektif.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga seluruh rangkaian kegiatan PKM dapat terlaksana dengan lancar. Semoga kerja sama dan sinergi yang telah terjalin dapat terus ditingkatkan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di masa mendatang.

Penulis menyadari bahwa artikel ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian serta penyusunan artikel ilmiah pada masa yang akan datang. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang etika bisnis, serta menjadi referensi dalam upaya meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM melalui penerapan praktik bisnis yang etis, profesional, dan berkelanjutan.

Referensi

- Bertens, K. (2013). Pengantar Etika Bisnis. (2013). Pengantar Etika Bisnis. Yogyakarta: Kanisius.
- Fahmi, Irham. (2014). Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi. (2014). Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2018). Kewirausahaan. (2018). Kewirausahaan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muslich. (2017). Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif. (2017). Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2021). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. (2021). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukirno, Sadono. (2019). Pengantar Bisnis. (2019). Pengantar Bisnis. Jakarta: Kencana.
- Rivai, Veithzal, & Sagala, Ella Jauvani. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Ariyanto, A., & Kurniawan, D.. (2022). Implementasi etika bisnis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada usaha mikro dan kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 45–56.

Suryani, N., & Hidayat, R.. (2021). Penerapan prinsip etika bisnis pada UMKM dalam menghadapi persaingan usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 112–120.

Rahmawati, F.. (2023). Etika bisnis dan keberlanjutan usaha mikro kecil menengah di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(3), 87–98.

Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Robbins, Stephen P., & Coulter, Mary. (2021). *Management*. (2021). *Management* (15th ed.). Pearson.

Organisation for Economic Co-operation and Development>. (2018). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2018*. Paris: OECD Publishing.

International Labour Organization. (2021). *Small Matters: Global Evidence on the Contribution to Employment by the Self-Employed, Micro-Enterprises and SMEs*. Geneva: ILO.

LAMPIRAN :



Gambar 1-3. dokumentasi pelaksanaan kegiatan dengan beberapa umkm