



Penerapan Etika Bisnis pada UMKM di Era Digital

Ahmad Fajar Irianto^{1*}, Nur Hidayati¹, Siti Asiyah¹

¹Program Studi Magister Manajemen, Universitas Islam Malang, Jl. Mayjen Haryono No.193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144, Indonesia

*Email korespondensi: ahmadfjr16@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received: 9 May 2025

Accepted: 05 Jun 2025

Published: 31 Jul 2025

Kata Kunci:

Etika Bisnis;

Digital;

UMKM.

Keyword:

Business Ethics;

Digital;

MSMEs.

ABSTRAK

Background: Dalam hal ini, Perkembangan usaha mikro juga menjadi salah satu yang disoroti oleh Pemerintah Kota Malang. Sejumlah langkah strategis ditempuh guna perbaikan pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro di Kota Malang. Etika bisnis sangat penting untuk kelangsungan hidup suatu bisnis, atau bahwa etika menumbuhkan moral, terutama sikap yang jujur, adil, dan tanggung jawab. Tata nilai dan etika harus berubah sesuai dengan waktu dan lingkungan. Tujuan dari pengabdian ini untuk memberikan pelatihan mengenai penerapan etika bisnis dalam UMKM di era digital. **Metode:** Metode pengabdian yang digunakan adalah dengan pendampingan, observasi dan evaluasi. **Hasil:** Hasil pengabdian menunjukkan bahwa UMKM Kota Malang juga dapat menemukan peluang untuk meningkatkan praktik etika mereka melalui pelatihan karyawan, teknologi inovatif seperti blockchain dan AI, serta kolaborasi dengan lembaga yang etis. Dengan mengadopsi teknologi ini dapat meningkatkan transparansi, keamanan, dan kemitraan dengan pihak lain di Malang. **Kesimpulan:** Dalam era digital yang semakin kompleks dan dinamis saat ini dapat memastikan keberlanjutan dan keberhasilan jangka panjang mereka dengan memprioritaskan etika bisnis dan melakukan perbaikan berkelanjutan.

ABSTRACT

Background: In this case, the development of micro-enterprises is also one of the highlights of the Malang City Government. A number of strategic steps have been taken to improve the growth and development of micro-enterprises in Malang City. Business ethics are very important for the survival of a business, or that ethics foster morals, especially honest, fair, and responsible attitudes. Values and ethics must change according to time and environment. The purpose of this service is to provide training on the application of business ethics in MSMEs in the digital era. **Methods:** The method used is with assistance, observation and evaluation techniques. **Results:** The results of the service show that MSMEs can also find opportunities to improve their ethical practices through employee training, innovative technologies such as blockchain and AI, and collaboration with ethical institutions. By adopting this technology, can increase transparency, security, and partnerships with other parties in Malang. **Conclusion:** In today's increasingly complex and dynamic digital era, can ensure their sustainability and long-term success by prioritizing business ethics and making continuous improvements.



PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi sebagai era digital telah memberi pengaruh pada perkembangan *e-commerce* terutama penggunaan media sosial yang mana pengguna aktif dari media sosial adalah para pebisnis dengan berbagai inovasi dalam menawarkan produknya kepada pelanggan potensial maupun menjadikan media sosial sebagai sarana untuk mengembangkan produk barunya (Kurniawan, 2021). Namun di era digital perkembangan *e-commerce* tidak hanya memberi peluang untuk berinovasi tetapi juga merupakan salah satu peluang untuk bersaing secara tidak sehat dalam usaha untuk menguasai pasar, memperluas pangsa pasar, dan mendapatkan banyak keuntungan. Hal ini menjadi awal dari terjadinya pelanggaran-pelanggaran etika dalam berbisnis di era digital (Santoso, 2022).

Dalam era digital ini, etika bisnis dapat menciptakan sebuah nilai atau citra terhadap suatu perusahaan yang menerapkan etika tersebut, dengan mulai melakukan perencanaan startegis, menciptakan kultur organisasi yang baik dan sistem prosedur yang lebih transparan. Era digital adalah suatu kondisi kehidupan atau zaman dimana semua kegiatan yang mendukung kehidupan sudah dipermudah dengan adanya teknologi. Era digital hadir untuk menggantikan beberapa teknologi terdahulu agar menjadi lebih praktis dan modern. Dengan kata lain Era digital adalah masa ketika informasi mudah dan cepat diperoleh serta disebarluaskan menggunakan teknologi digital. Teknologi digital adalah teknologi yang menggunakan system komputerisasi yang terhubung dengan internet.

Bisnis merupakan sekumpulan orang yang tergabung dalam suatu organisasi, menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba. Meperhitungkan apa yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen, membuat peluang yang menjanjikan dan berinvestasi pada peluang tersebut seta mencari inovasi (Elbert dalam Susriyanti dkk, 2021). 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. Membawa keuntungan bagi yang ingin menjalankannya.

Kegiatan bisnis yang berlandaskan etika adalah bisnis yang dilakukan berdasarkan metoda-metoda yang baik serta cara berfikir yang sesuai dengan logika dan estetika yang berkembang di masyarakat. Dengan demikian bisnis yang berdasarkan etika akan berjalan tanpa merugikan pihak lain. Memahami apa yang benar atau salah dan dapat diterima atau tidak dapat diterima berdasarkan harapan organisasi dan masyarakat merupakan pengertian dari Etika Bisnis (Ferrell and Ferrell, 2017). Dengan kata lain Etika bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam kegiatan dengan tidak menyalahi aturan organisasi dan masyarakat. Didalam etika bisnis, setiap kegiatan harus sesuai dengan norma dan etika yang berlaku dan setiap tindakan yang dilakukan atas dasar moralitas dan prinsip kebenaran yang disertai dengan tanggung jawab oleh masing-masing pelaku bisnis. Lingkup etika bisnis yang dimaksudkan untuk menyediakan barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendapatkan keuntungan dari usaha bisnis. Selain memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan

ingin mencapai banyak hal dalam jangka panjang, termasuk posisi pasar, inovasi, sikap pekerja, dan tanggung jawab publik.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Yusuf, Aprianti, Mulyadin, dkk (2023) menunjukkan bahwa Etika merupakan isu penting baik bagi usaha besar maupun kecil dalam penerapan proses bisnis. Nilai moral dalam bisnis bisa bersifat individual atau komunitas. Etika yang baik membawa dan memberikan nilai positif bagi bisnis yang bersangkutan dan Pelatihan *door to door* dilakukan untuk memperdalam pemahaman tentang etika bisnis mitra sehingga mitra dapat menjalankan bisnis secara etis.

UMKM menjadi suatu jenis bisnis yang banyak diminati oleh pelaku bisnis usaha. UMKM termasuk bisnis ekonomi produktif yang dilaksanakan perindividu atau lembaga usahayang memiliki posisi, peran serta potensi strategis pada penciptaan struktur perekonomian yangseimbang, berkembang, juga adi (Supratman et al, 2020). Secara umum, kegiatan UMKM memberikan dampak baik untuk perkembangan wilayah, namun termasuk memiliki dampak buruk yang dapat menyebabkan perselisihan antara masyarakat dan pelaku UMKM. Dampak buruk tersebut menyebabkan kerusakan alam, seperti pencemaran air, polusi udara, dan berbagai masalah lain yang membuat rugi masyarakat. Kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan mendorong produsen untuk lebih selektif dalam memilih bahan-bahan produksi yang ramah lingkungan (Harahap et al, 2022).

Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan nasional. Tidak hanya itu, kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) juga semakin menggeliat dalam lima tahun terakhir. Menurut Ketua Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (Akumindo), Ikhsan Ingratubun, mencatat kontribusi sektor UMKM meningkat dari 57,84% (2013) menjadi 60,34% (2018), dan diprediksi akan meningkat secara berkala sekitar 3% setiap tahunnya (Akumindo, 2018).

Dalam hal ini, Perkembangan usaha mikro juga menjadi salah satu yang disoroti oleh Pemerintah Kota Malang. Sejumlah langkah strategis ditempuh guna perbaikan pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro di Kota Malang. Mulai dari perbaikan pendataan, pendampingan ke arah asosiasi, hingga penyuluhan dan pelatihan kerap kali diadakan dalam tempo yang cepat. Saat ini tercatat terdapat 536 total keseluruhan usaha mikro yang ada di Kota Malang dengan sektor yang mendominasi yaitu sektor makanan dan minuman yakni sebesar 52% dari total keseluruhan (Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang, 2018). Menurut data yang ada dari total 279 usaha mikro sektor makanan dan minuman, usaha keripik berjumlah 93 dan usaha keripik buah berjumlah 60 unit usaha mikro yang tersebar dan mayoritas berada di Kecamatan Blimbing.

Oleh sebab itu, Hal ini bertujuan untuk memeberikan pelatihan mengenai penerapan etika bisnis dalam UMKM di era digital. Maka, Etika bisnis sangat penting untuk kelangsungan hidup suatu bisnis, atau bahwa etika menumbuhkan moral, terutama sikap yang jujur, adil, dan tanggung jawab. Tata nilai dan etika harus berubah sesuai dengan waktu dan lingkungan. Tidak semua etika lama telah hilang, tetapi banyak tata nilai etika baru muncul yang dianggap lebih cocok dan menghindari pelanggaran-pelanggaran etika dalam bisnis di zaman era digital.

METODE

Metode pengabdian yang digunakan ialah dengan pelaksanaan pendampingan, observasi dan evaluasi. Dengan penjelasan pelaksanaannya seperti dibawah ini, yaitu:

1. Pendampingan

Tahap ini melibatkan langsung kepada UMKM Malang. Pelatihan dan pendampingan ini dapat mencakup memahami dalam penerapan etika bisnis pada era digital pada tanggal 02 Mei 2025. Hal tersebut ialah pelatihan pada hakikatnya adalah proses pembelajaran (Bariqi, 2018). Sedangkan pendampingan berperan aktif sebagai agen yang memberi masukan positif dan direktif berdasarkan pengetahuan dan pengalaman masyarakat yang didampinginya (Rahmawai & Kidworo, 2017).

2. Observasi atau Pengamatan Langsung

Observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan (Maria, 2008). Kegiatan observasi membantu mendapat informasi dalam pendampingan pelatihan penerapan etika bisnis pada UMKM Malang pada tanggal 02 Mei 2025.

3. Evaluasi (Pretest dan Posttest)

Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman penerapan etika bisnis pada UMKM Malang di era digital. Evaluasi menurut Widoyoko (2009) tidak hanya bertumpu pada penilaian hasil belajar, tetapi juga perlu penilaian terhadap input, output maupun kualitas proses pembelajaran itu sendiri. Evaluasi dilakukan melalui pretest dan posttest.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pendampingan pada UMKM Kota Malang dalam era digital ini, etika bisnis dapat menciptakan sebuah nilai atau citra terhadap suatu UMKM yang menerapkan etika bisnis. Dengan memulai melakukan perencanaan startegis, menciptakan kultur organisasi yang baik dan sistem prosedur yang lebih transparan. Era digital adalah suatu kondisi kehidupan atau zaman dimana semua kegiatan yang mendukung kehidupan sudah dipermudah dengan adanya teknologi. Era digital hadir untuk menggantikan beberapa teknologi terdahulu agar menjadi lebih praktis dan modern. Dengan kata lain Era digital adalah masa ketika informasi mudah dan cepat diperoleh serta disebarluaskan menggunakan teknologi digital. Teknologi digital adalah teknologi yang menggunakan system komputerisasi yang terhubung dengan internet.

Dari uraian pengabdian diatas UMKM perlu merumuskan kode etik internal yang jelas dan berlaku bagi semua karyawan dan mitra bisnis. Kode etik ini harus mencakup pedoman tentang bagaimana berperilaku secara etis dalam semua aspek operasional, termasuk dalam pengumpulan dan penggunaan data pelanggan serta dalam interaksi dengan mitra dan pesaing.

Kemudian, penerapan etika bisnis sangat penting bagi keberlanjutan dan keberhasilan UMKM. Dengan mengatasi tantangan yang dihadapi dan memanfaatkan peluang yang ada dan dapat membangun reputasi yang kuat sebagai organisasi yang bertanggung jawab dan beretika,

yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat posisi mereka dalam pasar yang semakin kompetitif dan dinamis. Salah satu dampak yang paling signifikan dari penerapan etika bisnis adalah bahwa mereka dapat memperkuat posisi mereka dalam pasar yang semakin kompetitif dan selain itu, penerapan etika bisnis dapat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) memenuhi etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program Sosialisasi Pengabdian

Indikator	Sebelum Sosialisasi	Setelah Sosialisasi
Mengetahui pentingnya etika bisnis	7 dari 15 peserta yang mengetahui	Semua peserta mengetahui
Memahami bisnis di era digital	6 dari 15 peserta yang memahami	Semua peserta mengetahui
Mengetahui tentang bisnis secara digital seperti pembuatan aplikasi AI	7 dari 15 peserta yang bisa belum ada peserta yang mengetahui	Semua peserta mengetahui

(Tabel 1) menunjukkan hasil dari *Pre-test* dan *Post-test* yang dilakukan saat sebelum pelatihan dan setelah pelatihan. Hal ini digunakan untuk mengetahui peningkatan wawasan dan pengetahuan dari peserta. Dari hasil *post-test* setelah kegiatan sosialisasi akan digunakan sebagai bahan untuk pendampingan setelah pelaksanaan program ini untuk lebih mengetahui dan memahami tentang etika bisnis pada UMKM di era digital.

Dari observasi yang dilakukan oleh UMKM ialah akan menghadapi beberapa masalah yang perlu diperhatikan saat menghadapi tantangan besar dalam menerapkan etika bisnis di era digital. Salah satu masalah utama adalah privasi dan keamanan data. UMKM sering mengumpulkan dan menyimpan informasi sensitif seperti alamat email dan informasi kartu kredit di lingkungan digital yang semakin terhubung. Ancaman privasi dan keamanan data seperti peretasan dan pencurian identitas dapat mengakibatkan kerugian finansial dan reputasi.

Kemudian dapat memanfaatkan sejumlah peluang untuk meningkatkan praktik etis mereka. Peluang seperti pelatihan dan pendidikan karyawan, inovasi teknologi seperti blockchain dan kecerdasan buatan, dan kolaborasi dengan lembaga etika adalah beberapa contoh peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan praktik etis mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar. Selain itu, dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan praktik moral mereka. Misalnya, teknologi blockchain dapat meningkatkan transparansi dan keamanan rantai pasokan, dan kecerdasan buatan (AI) dapat mendeteksi dan mencegah kecurangan dan dapat meningkatkan praktik etis mereka dan membangun mitra dengan UMKM lain di kota Malang dengan mengadopsi teknologi ini.

Dalam era digital yang semakin kompleks dan dinamis saat ini, UMKM dapat memastikan keberlanjutan dan keberhasilan jangka panjang mereka dengan memprioritaskan etika bisnis dan melakukan perbaikan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Dalam era digital, etika bisnis sangat penting untuk keberhasilan UMKM. Dengan mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan etika bisnis di era digital, terutama terkait privasi dan keamanan data. Mereka sering mengumpulkan informasi sensitif, yang membuat mereka rentan terhadap peretasan dan pencurian identitas, yang dapat merugikan keuangan dan reputasi mereka. Namun, juga dapat menemukan peluang untuk meningkatkan praktik etika mereka melalui pelatihan karyawan, teknologi inovatif seperti blockchain dan AI, serta kolaborasi dengan lembaga yang etis. Dengan mengadopsi teknologi ini, dapat meningkatkan transparansi, keamanan, dan kemitraan dengan pihak lain di Malang. UMKM khususnya Kota Malang untuk lebih serius menerapkan etika bisnis yang baik pada era digital agar tetap bersaing dengan UMKM lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PkM mengucapkan terimakasih kepada pihak SDN 03 Pejagalan, baik kepada para guru, pegawai sekolah, siswa yang telah berpartisipasi serta orang tua/wali siswa yang telah bekerjasama sehingga terlaksana kegiatan PkM ini. Ucapan terima kasih kami tujukan kepada tim Departemen Parasitologi FKIK UAJ, mahasiswi serta dokter muda dalam kepaniteraan Ilmu penyakit Gigi dan Mulut FKIK UAJ yang membantu terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (AKUMINDO). 2018. Indonesia dalam angka. Jakarta: Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (AKUMINDO).
- Arif, M., Harahap, M. I., & Harahap, O. V. R. (2023). Analisis Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Pada Perusahaan Properti Syariah PT. Noor Eeman Nusantara Medan. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(2), 78-94.
- Bariqi, Muhammad Darari. (2018). Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 5(2). 64-69. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v5i2.6654>
- Dinas Koperasi, Perindustrian, dan perdagangan Kota Malang, 2018. <https://diskopindag.malangkota.go.id/>
- Ebert, R J. & Griffin, R W. (2013). *Business Essential Ninth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Ferrell, L. and Ferrell, O. C. (2017) *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*. Boston, MA: Cengage learning.
- Kurniawan, D. (2021) 'Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Dalam Era Digital', *Teknokreatipreneur.com*.
- Marpi, Y., Febrian, W. D., Sari, F. P., Tartiani, Y. A. T., Prahendratno, A., Tarmizi, A., & Karomah, N. G. (2023). *Etika Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Maria, Sitti. (2008). Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan*, 11(2). 220-233. <https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n2a7>
- Rahmawati, Evi & Kisworo, Bagus. (2017). Peran Pendamping Dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui program Keluarga harapan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(2). 161-169. <https://doi.org/10.15294/jnece.v1i2.16271>
- Santoso, J. T. (2022) *Pelanggaran Etika Bisnis di Era Digital*. Semarang: Univ Stekom.

- Susriyanti, S., Mulyani, S. R., & Yeni, F. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perilaku Bisnis Pedagang Bingkuang Dengan Kepribadian Sebagai Pendukung. *Journal Of Community Engagement In Health*, 4(2), 599-604.
- Sibarani, M., Sipayung, E.&Supratman, D. (2020). Model Usaha Berbasis Green Business Yang Dapat Menembus Pasar Dunia (Pada UKM Keramik Di Kecamatan Plered Kabupaten Purwakarta). *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(1), 65-74. <https://doi.org/10.30997/jsh.v11i1.2437>
- Widoyoko, Eko Putro. (2009). Evaluasi Program Pembelajaran. https://www.academia.edu/download/33381764/Evaluasi_Program_Pembelajaran.pdf
- Yusuf, M., Aprianti, K., Mulyadin, M., & Julfiyati, I. (2023). Penerapan Etika Berbisnis Dalam Operasional Usaha Pelaku UMKM Di Kelurahan Rontu. *JPKBP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).