Volume 3(1), 46-50. e-ISSN: 3026-6297

KIAT SUKSES BERBISNIS MELALUI PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS

Ary Sutrischastini[1]

[1]Prodi Manajemen, STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, Indonesia - email: arisutrischastini@gmail.com

Ringkasan

Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip moral yang mengatur perilaku dalam dunia usaha. Penerapan etika bisnis menuntut perusahaan untuk jujur, bertanggungjawab dan bersifat transparan dalam menjalankan usahanya. Nilai-nilai inilah yang dapat membangun reputasi baik dan kepercayaan kepada semua pihak termasuk pelanggan (konsumen). Penerapan etika bisnis akan memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan usaha dalam jangka Panjang. Hal ini yang menjadi latar belakang kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan mengambil judul Kiat Sukses Berbisnis Melalui Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis. Kegiatan PkM dilakukan di Dasawisma Melati II Dusun Bodeh Desa Ambarketawang Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman Yogyakarta pada tanggal 25 Oktober 2024. Kegiatan dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi yang disampaikan pada saat pertemuan rutin Dasawisma Melati II. Kegiatan PkM dihadiri sebanyak 15 orang anggota Dasawisma Melati II. Kegiatan ini mendapat respon positif dari ibu-ibu anggota dasawisma dengan terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan terkait dengan etika bisnis. Dengan bertambahnya pengetahuan, pemahaman dan penerapan etika bisnis, diharapkan bisnis rumah tangga yang dilakukan ibu-ibu dasawisma dapat berkembang dengan lebih baik, keuntungan meningkat dan kesejahteraan meningkat pula.

Mitra Pengabdian kepada Masyarakat adalah ibu-ibu anggota Dasawisma Melati II Dusun Bodeh Desa Ambarketawang Gamping Sleman Yogyakarta. Jumlah anggota Dasawisma sebanyak 16 orang. Dari jumlah tersebut yang aktif sebanyak 15 orang dan 1 orang tidak aktif karena lanjut usia dan sakit. Dari 15 orang anggota Dasawisma yang aktif, sebanyak 8 orang memiliki kegiatan bisnis baik sebagai pedagang dan bisnis laundry.

Keywords:

Bisnis, Etika Bisnis, Prinsip Etika Bisnis, Dasawisma, Pendapatan Rumah Tangga.

1. Pendahuluan

Bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang tidak terlepas dari lingkungan. Lingkungan intern dan ekstern dapat mempengaruhi terhadap perkembangan bisnis. Dunia bisnis dewasa ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik yang berskala kecil, menengah dan besar. Sementara itu tingkat persaingan diantara pelaku bisnis semakin ketat. Persaingan usaha memiliki peran penting untuk mendorong kegiatan produksi menjadi lebih baik. Persaingan usaha merupakan hal yang wajar terjadi dalam perekonomian. Persaingan sehat akan mendorong perekonomian berkembang lebih pesat. Persaingan usaha timbul disebabkan oleh beberapa faktor antaralain yaitu: a) adanya kesamaan produk yang dihasilkan antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya, b) pemasok bahan baku sama, c) perusahaan memiliki saluran distribusi sama dan d) salah satu strategi yang sering dilakukan perusahaan untuk dapat menarik konsumen adalah dengan menetapkan harga yang lebih rendah [1].

Dalam realita tidak jarang aktivitas usaha melakukan praktek-praktek bisnis yang tidak etis antara lain seperti pengurangan hak-hak konsumen, hak-hak pekerja dan hak-hak pemilik faktor produksi.

Pada saat yang sama, para pelaku bisnis menginginkan keberhasilan dalam pengelolaan bisnisnya. Oleh karena itu, untuk mendukung keberhasilan pengelolaan bisnis harus mampu mengaplikasikan etika bisnis. Etika ini wajib diterapkan dalam menjalankan kehidupan berbisnis baik pada skala kecil ataupun besar agar dipandang sebagai bisnis yang baik. Dengan penerapan etika bisnis diharapkan keberlanjutan dan kepercayaan pelanggan tercapai [2].

Etika Bisnis adalah cara yang digunakan dan diterapkan dalam kegiatan bisnis yang mencakup semua aspek baik dengan perusahaan, individu, dan masyarakat [3]. Pengertian lain dari etika bisnis adalah pengetahuan tentang cara ideal mengatur dan mengelola bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi maupun sosial yang berguna untuk mencapai tujuan kegiatan bisns [4]. Oleh karena itu etika bisnis menilai perbuatan baik, buruk, salah maupun benar yang dilakukan oleh seorang individu di lingkup organisasi. Etika bisnis mengajarkan bahwa sebagai pelaku bisnis apabila ingin perusahaannya tetap berjalan, maka pelaku bisnis harus menjunjung tinggi nilai dan prinsip dari etika bisnis [5]. Prinsip-prinsip etika bisnis harus ditegakkan dalam upaya menciptakan iklim bisnis yang sehat.

Bagi perusahaan prinsip-prinsip etika bisnis digunakan sebagai landasan dalam mengambil keputusan yang tidak hanya mempertimbangkan faktor ekonomi, tetapi terkait dampaknya bagi masyarakat dan lingkungan. Prinsip ini memiliki sifat yang lebih umum dan menjadi dasar dalam melaksanakan bisnisnya dengan mempertimbangkan aspek moral dan etika. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis meliputi: [6]

1) Kejujuran dan transparansi.

   Dalam melakukan aktivitas usaha perusahaan harus jujur dan transparan terhadap semua pemangku kepentingan termasuk dalam membuat laporan keuangan. Transparansi keuangan sangat penting peranannya bagi pelaku usaha dalam membantu membuat Keputusan yang lebih rasional dan dapat dipercaya jika ingin berkembang. Kejujuran dalam bertransaksi menjadi prinsip dasar etika bisnis yang harus diterapkan pelaku usaha. Dalam prakteknya pelaku bisnis tidak diperbolehkan menipu konsumen, tidak memalsukan informasi produk, serta menyampaikan harga, bahan dan manfaat barang atau jasa secara jujur.

2) Memiliki tanggungjawab sosial.

   Prinsip tanggungjawab sosial memiliki peran yang sangat penting yang mencerminkan bentuk kepedulian terhadap konsumen khususnya dan masyarakat pada umumnya. Misalnya pelaku usaha dalam memproduksi makanan rumahan harus menjaga kebersihan dan kualitas produknya serta produk yang dihasilkan tidak membahayakan Kesehatan konsumen. Selain itu perusahaan harus berusaha meminimalkan dampak negative terhadap lingkungan yang ditimbulkan akibat kegiatan bisnisnya.

3) Keadilan

   Prinsip keadilan dalam etika bisnis berarti pelaku bisnis harus bertindak adil dalam menetapkan kebijakan. Perlakuan adil dan tidak diskriminatif baik terhadap karyawan, pemasok, konsumen dan masyarakat dapat menciptakan iklim usaha yang sehat dan memperkuat hubungan yang baik dengan berbagai pemangku kepentingan. Perusahaan yang adil dapat menciptakan kepercayaan dari masyarakat dan loyalitas pelanggan.

4) Menghormati hak-hak individu.

   Perusahaan harus menghormati hak individu termasuk kebebasan dalam berpendapat. Prinsip ini mengakui bahwa setiap orang memiliki hak-hak dasar yang melekat sebagai manusia, termasuk dalam dunia kerja dan lingkungan bisnis.

Pendapat lain prinsip-prinsip etika bisnis yaitu:[7]

1) Prinsip otonomi.

   Perusahaan secara bebas memiliki kewenangan sesuai dengan bidang yang dikerjakan dan pelaksanaannya didasarkan pada visi misi yang dimiliki. Perusahaan memiliki otoritas dalam

mengambil keputusan bisnis dan tanggungjawab kepada diri sendiri, pihak terkait dan masyarakat dalam arti luas.

2) Prinsip kejujuran.

   Prinsip ini terbagi menjadi tiga yaitu kejujuran dalam memenuhi syarat perjanjian dan kontrak, kejujuran dalam menawarkan barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding, dan kejujuran dalam menjaga hubungan kerja internal di perusahaan.

3) Prinsip keadilan.

   Prinsip keadilan menuntut perlakuan yang sama terhadap semua orang dan tidak ada unsur diskriminasi

4) Prinsip saling menguntungkan

   Prinsip ini menekankan bahwa setiap tindakan bisnis yang dilakukan harus memberikan manfaat terhadap semua pihak yang terlibat. tindakan bisnis tidak diperbolehkan hanya menguntungkan salah satu pihak saja.

5) Prinsip integritas moral.

   Prinsip integritas moral menuntut para pelaku bisnis untuk menjaga nama baik perusahaan dan diri sendiri dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Tujuan penerapan prinsip etika bisnis pada dasarnya adalah untuk membantu membangun reputasi yang baik bagi perusahaan di mata publik. Hal ini diharapkan dapat mendorong penjualan, menarik pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Di samping itu perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen, sehingga hubungan yang baik akan terjalin dalam jangka Panjang. Penerapan etika bisnis yang baik tidak hanya menguntungkan konsumen, tetapi juga memberikan dampak positif bagi keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan [8].

2. Metode Penerapan

Metode Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan dengan menggunakan ceramah dan diskusi. Sebelum kegiatan ceramah dilakukan untuk mengetahui seberapa paham peserta PkM terhadap materi yang disampaikan, maka dilakukan *pre-test* dan *post-test*. Kedua jenis tes digunakan dalam konteks untuk mengukur perubahan pengetahuan peserta PkM. *Pre-test* dilakukan sebelum materi disampaikan kepada peserta guna mengukur pengetahuan awal peserta. Kegiatan *post-test* dilakukan setelah materi PkM disampaikan kepada peserta, hal ini berfungsi untuk mengukur perubahan pengetahuan peserta.

Waktu kegiatan PkM dilakukan bersamaan dengan pertemuan rutin bulanan Dasawisma yaitu tanggal 25 Oktober 2024 pada jam 19.30 WIB sampai selesai. Tempat atau lokasi kegiatan di rumah Ibu Arum. Untuk menentukan judul kegiatan PkM diawali dengan melakukan pertemuan secara informal dengan pengurus dasawisma. Kegiatan ini dilakukan guna mendiskusikan terkait waktu atau kapan kegiatan PkM dilaksanakan dan menentukan topik PkM. Hal ini dilakukan agar kegiatan PkM tepat sasaran dan bermanfaat serta dapat membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh anggota dasawisma. Dari hasil diskusi diperoleh kesepakatan bahwa waktu pelaksanaan PkM bersamaan dengan pertemuan rutin Dasawisma Melati 2 dan judul Kiat Sukses Berbisnis Melalui Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis. Kegiatan PkM ini dihadiri sebanyak 15 orang anggota Dasawisma Melati II Dusun Bodeh Ambarketawang Gamping Sleman Yogyakarta. Penggunaan metode ceramah dilakukan dalam upaya untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada ibu-ibu anggota Dasawisma terkait prinsip-prinsip etika bisnis dan perannya guna meraih kesuksesan dalam berbisnis. Setelah metode ceramah dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab. Diskusi dilakukan untuk memperjelas materi yang kurang dimengerti dan membantu memecahkan masalah-masalah yang dihadapi peserta terkait dengan persoalan yang menyangkut etika dalam berbisnis.

3. Hasil dan Ketercapaian Sasaran

Hasil *Pre-test* diperoleh bahwa pengetahuan dan pemahaman ibu-ibu anggota dasawisma terkait prinsip-prinsip etika bisnis masih sangat rendah. Nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 50. Kesalahan yang dilakukan oleh ibu-ibu dasawisma dalam menjalankan bisnis adalah: a) kurangnya kesadaran bahwa tindakan curang misalnya menipu takaran atau kualitas produk dikurangi akan memberi dampak negative dalam jangka panjang, b) adanya anggapan etika tidak penting selama bisnis yang dilakukan menguntungkan, dan c) untuk usaha kecil juga tidak perlu menerapkan etika bisnis. tentang kondisi etika bisnis di kalangan pengusaha Indonesia yang sangat memprihatinkan antaralain seperti praktek bisnis curang. [9]

Setelah *pre-test* dilanjutkan dengan penyampaian materi. Materi yang diberikan kepada peserta ibu-ibu Dasawisma Melati II antaralain a) pengertian dan pentingnya etika bisnis, b) menjelaskan tentang prinsip-prinsip etika bisnis, c) memberikan contoh penerapan etika dalam praktek bisnis, dan d) dampak positif dari penerapan prinsip etika bisnis terhadap keberlanjutan usaha. Tujuan penjelasan materi ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta terkait prinsip-prinsip etika bisnis. Setelah penyampaian materi dilanjutkan dengan diskusi. Diskusi dilakukan agar terjadi komunikasi dua arah antara pemateri dan peserta dengan harapan semakin memperjelas materi yang telah disampaikan. Di samping itu, diskusi dilakukan agar pemahaman semakin meningkat, sehingga peserta memiliki kemampuan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi khususnya dalam dunia bisnis. Kegiatan diskusi ini mendapat respon yang sangat baik dari peserta dengan ditunjukkan dari keaktifan peserta dan banyaknya pertanyaan yang diajukan.

Setelah pemberian materi dilanjutkan dengan *Post-test*. Hasil *post-test* diperoleh skor nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya dengan skor nilai rata-rata sebesar 85. Ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta. Peserta memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi prinsip-prinsip etika bisnis dan memberi contoh dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu peserta memiliki komitmen untuk menerapkan prinsip etika bisnis dalam kegiatan usahanya, misalnya: kesediaan memberikan informasi yang jujur kepada konsumen, menjaga kualitas produk yang sudah dijanjikan dan menghindari praktek curang dalam melakukan transaksi bisnis.



Gambar: Kegiatan PkM pada kelompok Ibu-ibu Dasawisma Melati II Bodeh Ambarketawang Gamping Sleman Yogyakarta

4. Luaran

Setelah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan, ibu-ibu anggota Dasawisma Melati 2 memiliki pengetahuan dan pemahaman bahwa dalam menjalankan usaha harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis. Peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta ini akan menjadi pondasi dasar dalam berbisnis. Peserta memiliki keyakinan bahwa dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis, maka kegiatan usaha akan semakin berkembang.

5. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman ibu-ibu anggota Dasawisma Melati 2 Bodeh Ambarketawang Gamping Sleman Yogyakarta terkait penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Setelah dilakukan kegiatan PkM diperoleh kesimpulan

1) Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta PkM terkait penerapan prinsip-prinsip etika bisnis. Hal ini dapat diketahui dari hasil skor nilai pre-test sebesar 50 dan post-test sebesar 85.
2) Peserta PkM mengikuti kegiatan dengan penuh antusias yang ditunjukkan dari kegiatan diskusi dan tanya jawab yang cukup aktif serta banyaknya pertanyaan yang diajukan.
3) Peserta PkM menghendaki kegiatan ini terus berlanjut dengan materi-materi yang lain.

6. Daftar Pustaka

[1] Ary Sutrischastini, “Etika Bisnis Dalam Perspekstif Persaingan Usaha”, Dalam Hartini, “Etika Bisnis Dalam Berbagai Perspektif”, Penerbit Lakeisha, Klaten, hal.228-241, 2024.

[2] Muhammad Birusman Nuryadin, “Urgensi Penerapan Etika Dalam Bisnis”, Jurnal Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.1, No. 1, 2015

[3] Ramzi Durin, “Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis, Jurnal Valuta, Vol. 6, No. 1, hal 32–41, 2020

[4] Budi Prihatminingtyas, “Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders”, Penerbit CV IRDH Purwokerto, 2019.

[5] Pratantia Aviatri dan A. P. Nilasari, “Analisis Penerapan Etika Bisnia Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang”, Accounthink: Journal of Accounting and Finance, Vol. 6, No. 02, hal. 14-205, 2021.

[6] Lutfi Amalia, Niken Faizah Rahmaningtyas, dan Sarpini, Prinsip dan Kode Etik Dalam Bisnis, Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN), Vol. 3, No. 4, 2024

[7] Sonny Keraf, “Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya”, Kanisius, Yogyakarta, 1998

[8] Mahayastina, Niken Junita Ayuningsih dan Rani Febri Astuti,” Pentingnya Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen”, Jurnal of Management and Innovation Entrpreunership (JMIE), Vol.1, No. 2, Hal 1917-1925, 2025.

[9] Fatma Yeni dan Endah Lestari, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dan Syariah Marketing BMT Mekar Da’wah Serpong Menurut Fatwa DSN-MUI No, 04/DSN-MUI/IV/2000, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 11, No. 2, Hal 231-244, 2020