

---

# IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS DALAM OPERASI UKM DI ERA DIGITAL

Bernadine<sup>1\*</sup>, Abdulah Rakhman<sup>2</sup>, M. Fuad<sup>3</sup>, Liaw Bun Fa<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

<sup>2,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

[bernadine@kwikkiangie.ac.id](mailto:bernadine@kwikkiangie.ac.id), [abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id](mailto:abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id), [fuad@kwikkiangie.ac.id](mailto:fuad@kwikkiangie.ac.id), [liaw.bunfa@kwikkiangie.ac.id](mailto:liaw.bunfa@kwikkiangie.ac.id)

## Abstract

*When a business is faced with very strong competition, the ability of SMEs to maintain its market is needed in various ways to excel in the competition. Business ethics in a company has a very important role in running its business. A company will succeed not only based on good morals and management, but also must have good business ethics. The problem is that unethical behavior in business activities often occurs due to the development of digital-based information technology which provides opportunities, weak morals and awareness of ethics in doing business, making opportunities for business actors to commit acts that violate business ethics. Starting from this problem, the Kwik Kian Gie Institute of Business and Informatics teaching group conducted training and mentoring for members of the Garudayaksa Nusantara Cooperative on the Implementation of Business Ethics in SME operations which was held on July 22, 2022 in Jakarta. The purpose of this training and mentoring are to increase understanding of Business Ethics and general principles of Business Ethics, provide insight into the implementation of Business Ethics in SME Operations, Provide examples of violations of business ethics in SME operations in the digital era, and motivate SME business people to implement Business Ethics. It is hoped that this training will result in the formation of awareness among SMEs about the importance of business ethics in relation to the company's goals for long-term profits, and the development of ethical behavior among SMEs in business operations in the digital.*

**Keywords :** Business Ethics, digital era, SME Operation

## Abstrak

Ketika suatu bisnis dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat, maka kemampuan UKM untuk mempertahankan pasarnya sangat dibutuhkan dengan berbagai cara agar dapat unggul dalam persaingan tersebut. Etika bisnis dalam suatu perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan bisnisnya. Sebuah perusahaan akan berhasil tidak hanya dilandasi oleh moral dan manajemen yang baik, tetapi juga harus memiliki etika bisnis yang baik. Permasalahannya, perilaku tidak etis dalam kegiatan bisnis sering terjadi akibat perkembangan teknologi informasi berbasis digital yang memberikan peluang, lemahnya moral dan kesadaran etika dalam berbisnis, sehingga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk melakukan perbuatan yang melanggar etika bisnis. Berawal dari permasalahan tersebut, kelompok pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie mengadakan pelatihan dan pendampingan bagi anggota Koperasi Garudayaksa Nusantara tentang Penerapan Etika Bisnis dalam operasional UKM yang dilaksanakan pada tanggal 22 Juli 2022 di Jakarta. Tujuan dari pelatihan dan pendampingan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang Etika Bisnis dan prinsip-prinsip umum Etika Bisnis, memberikan wawasan tentang implementasi Etika Bisnis dalam Operasional UKM, Memberikan contoh pelanggaran etika bisnis dalam operasi UKM di era digital, dan memotivasi Pelaku bisnis UKM untuk menerapkan Etika Bisnis. Diharapkan pelatihan ini menghasilkan terbentuknya kesadaran di kalangan UKM tentang pentingnya etika bisnis terkait dengan tujuan perusahaan untuk keuntungan jangka panjang, dan berkembangnya perilaku etis di kalangan UKM dalam menjalankan bisnis di era digital.

Kata Kunci: Etika Bisnis, era digital, UKM

\*Penulis Korespondensi : Bernadine

## I. PENDAHULUAN

Di dalam persaingan dunia usaha yang sangat kompetitif ini, etika bisnis meniscaya diperlukan. Memperlakukan para stakeholders (karyawan, konsumen, pemasok, pemodal, dan masyarakat umum) secara etis, adil dan jujur adalah satu-satunya cara untuk dapat bertahan di dalam dunia bisnis seperti saat ini. Perilaku bisnis berdasarkan etika perlu diterapkan meskipun tidak menjamin berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, akan tetapi setidaknya akan menjadi rambu-rambu pengaman apabila terjadi pelanggaran etika yang menyebabkan timbulnya kerugian bagi pihak lain.

Pada awalnya pelanggaran etika hanya berdampak pada lingkungan sekitar perusahaan sehingga secara fisik akan tampak secara langsung penyebab pelanggaran yang dilakukan. 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).

Pengguna e-commerce setiap tahunnya terus bertambah besar terutama di Indonesia. Dalam tahun 2020 terdapat 129 juta penduduk Indonesia yang menggunakan layanan dari e-commerce. Total transaksi e-commerce menunjukkan perkembangan yang positif. Bank Indonesia (BI) mencatat, sepanjang semester I-2022, total nilai transaksi e-commerce mencapai Rp 227,8 triliun, atau naik 22,1% dari periode sama tahun sebelumnya. Dari sisi volume pun terjadi peningkatan yang cukup signifikan. Di mana, sepanjang Januari-Juni 2022, total volume transaksi e-commerce tercatat 1,74 juta transaksi atau tumbuh 39,9% yoy (Sepriyanto, 2022). Berdasarkan data ini probabilitas untuk melakukan pelanggaran etika dalam bisnis menjadi lebih besar.

### Pengertian Etika Bisnis

Etika Bisnis adalah cara yang digunakan dan diterapkan dalam kegiatan bisnis, mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan perusahaan, individu, serta masyarakat (Saban Echdar, 2019).

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.

### Pengertian Era Digital

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.

### Etika Bisnis di era digital

Dalam era digital ini, etika bisnis dapat menciptakan sebuah nilai atau citra terhadap suatu perusahaan yang menerapkan etika tersebut, dengan mulai melakukan perencanaan strategis, menciptakan kultur organisasi yang baik dan sistem prosedur yang lebih transparan.

Era digital yang selama ini sudah menjadi tren di dalam masyarakat, tentu dapat menjadi sebuah peluang bagi banyak praktik-praktik usaha yang tidak terpuji atau tindakan yang kurang bermoral yang dilakukan hanya untuk keuntungan semata.

Dalam kegiatan bisnis, konsumen berperan sebagai pemakai barang/jasa, untuk itu kepentingan seorang konsumen haruslah dilindungi oleh pemerintah. Di Indonesia sendiri yang menjadi dasar perlindungan kepada konsumen dalam perdagangan elektronik adalah sebagai berikut :

- a. Pasal 16 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi para pelaku usaha dalam menawarkan barang dan jasa melalui pesanan dilarang untuk tidak menepati pesanan dan atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan. Dan juga dilarang untuk tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan atau prestasi.

- b. Pasal 2, 9, 10, 18, 20, 21, 22, 30 dan 46 UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- c. Pasal 65 ayat 2 Undang-Undang Perdagangan tentang ketentuan terkait *e-commerce* (Masih Rancangan Undang-Undang di DPR RI)

Namun jika kita melihat keadaan sebenarnya pada saat sekarang ini, perlindungan terhadap konsumen *online* tidaklah lebih baik dari perlindungan terhadap konsumen yang membeli produk secara berbelanja biasa (*offline*). Tak dipungkiri ragam persoalan pun mencuat akibat lemahnya posisi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, ditambah pula dengan ketidaktahuan konsumen ke mana harus mengadu ketika masalah muncul. Ada pendapat yang mengatakan bahwa undang – undang terhadap perlindungan konsumen *online* belum cukup kuat untuk melindungi konsumen sehingga harus dipertajam lagi menjadi satu undang-undang (Sholihin, 2020).

Modal utama yang ada pada bisnis berbasis digital adalah kepercayaan. Oleh karena transaksi cenderung dilakukan tanpa adanya pertemuan secara langsung antara penjual dengan pembeli maka sangatlah mungkin terjadi ketidaksesuaian kualitas barang atau jasa yang dijual dengan kualitas yang telah dijanjikan pembeli. Oleh karena itu, kepercayaan yang ada harus didukung dengan etika bisnis yang baik dari setiap pelaku usaha. Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia, karena prinsip-prinsip etika bisnis sangat erat kaitannya dengan sistem nilai yang dianut oleh masing- masing masyarakat. Menurut (Keraf, 2010) terdapat lima prinsip etika bisnis, antara lain :

**1. Prinsip Otonomi.** Prinsip Otonomi merupakan sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri. Dengan demikian, pelaku usaha berbasis digital bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri, pemilik perusahaan, konsumen, pemerintah, dan masyarakat. Tanggung jawab ini termasuk salah satu dalam etika bisnis yang harus diterapkan oleh setiap pelaku usaha termasuk dalam bisnis berbasis digital. Pelaku bisnis yang otonomi berarti orang yang tahu dan sadar sepenuhnya mengenai keputusan dan tindakan yang telah diambilnya akan sesuai atau bertentangan dengan nilai atau norma moral tertentu.

Seseorang yang bertindak secara otonomi berarti ada kebebasan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keputusan yang menurutnya terbaik, karena hanya seseorang yang memiliki kebebasan yang bisa

dituntut untuk bertindak etis sesuai dengan nilai moral tertentu. Hal ini sama berlaku pula dalam bisnis, jadi pelaku bisnis yang otonomi adalah orang yang tahu dan sadar akan tindakannya, bebas dalam melakukan tindakannya, tetapi juga sekaligus juga bertanggung jawab atas tindakannya. Ketiga unsur ini sangat penting dan tidak bisa dipisahkan satu dengan lainnya. Prinsip otonomi ini pada akhirnya memungkinkan inovasi, mendorong kreativitas serta meningkatkan produktivitas.

Pelaku bisnis yang otonom sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis. Ia akan sadar dengan tidak begitu saja mengikuti saja norma dan nilai moral yang ada, namun juga melakukan sesuatu karena tahu dan sadar bahwa hal itu baik, karena semuanya sudah dipikirkan dan dipertimbangkan lebih jauh.

- 2. Prinsip Kejujuran.** Prinsip ini menjamin keberlanjutan sebuah bisnis. Tanpa prinsip kejujuran maka sebuah bisnis lambat laun akan hancur. Prinsip berbuat baik dan tidak berbuat jahat. Sebuah bisnis yang penuh dengan persaingan terkadang kecurangan untuk mendapatkan sebuah untung yang besar sering melupakan untuk berbuat baik dan tidak berbuat jahat. Padahal berbuat baik dan tidak berbuat jahat merupakan prinsip moral untuk bertindak baik kepada orang lain.
- 3. Prinsip berbuat baik dan tidak berbuat jahat.** Sebuah bisnis yang penuh dengan persaingan terkadang kecurangan untuk mendapatkan sebuah untung yang besar sering melupakan untuk berbuat baik dan tidak berbuat jahat. Padahal berbuat baik dan tidak berbuat jahat merupakan prinsip moral untuk bertindak baik kepada orang lain.
- 4. Prinsip Keadilan.** Keadilan berhubungan dengan hak dan kewajiban baik dari pelaku usaha maupun dari konsumen. Keadilan merupakan prinsip yang menuntut bahwa dalam hubungan bisnis, seseorang memperlakukan mitra bisnis atau orang lain sesuai dengan haknya.
- 5. Prinsip hormat pada diri sendiri.** Artinya, di satu waktu pelaku usaha juga diposisikan sebagai konsumen bagi bisnis yang berbeda. Oleh sebab itu, apabila pelaku usaha ini berdiri pada posisi konsumen, maka seharusnya pelaku usaha ini tahu bahwa kedudukan konsumen tetap harus dihargai, sehingga semua manusia pada dasarnya mempunyai kewajiban moral untuk memperlakukan dirinya sendiri sebagai pribadi yang memiliki nilai yang sama.

Prinsip-prinsip tersebut haruslah dimiliki dan dipraktekkan oleh pebisnis yang menggunakan teknologi dan informasi sebagai “alat” dalam menjalankan kegiatan

bisnisnya, sehingga kepentingan dan tujuan antara konsumen dengan pebisnis dapat berjalan sesuai dengan keinginan masing-masing serta dapat terpeliharanya hubungan jangka panjang antara konsumen dengan pebisnis karena adanya hubungan yang saling menguntungkan tadi.

### Tantangan Etika dan Bisnis Berbasis E-commerce

Tantangan pelaksanaan etika bisnis dalam bisnis yang berbasis teknologi informasi seiring dengan perkembangannya adalah sebagai berikut :

#### 1) Tantangan Pasar di Era Global

Globalisasi menciptakan apa yang disebut lingkungan vertikal, dimana setiap perusahaan harus selalu siap dalam bermain dikompetisi yang sangat ketat. Persaingan yang ketat tersebut akan membuat semua perusahaan menggunakan segala cara termasuk mengkesampingkan etika dalam berbisnis, hal inilah yang patut diperhatikan bahwa prinsip-prinsip etika tersebut harus tetap ditegakkan secara konsisten.

#### 2) Tantangan Perkembangan Sikap dan Tanggung Jawab Pribadi

Perkembangan teknologi yang cepat, memberikan tantangan bagi penegakkan etika dan nilai-nilai moral dalam diri seorang individu dalam menjalankan kegiatan bisnis. Etika bersifat abstrak dan berkenaan dengan persoalan baik dan buruk, sedangkan bisnis adalah hal konkrit yang harus diwujudkan melalui tindakan dan keputusan. Etika bisnis juga membatasi beberapa hal, contohnya membatasi soal keuntungan yang didapat sebatas tidak merugikan kepentingan orang lain, meskipun keuntungan adalah hak setiap pengusaha, keuntungan yang didapat haruslah memperhatikan kebutuhan dan keadaan masyarakat sekitar.

#### 3) Tantangan Inovasi dan Perubahan

Seringkali perubahan yang terjadi memberikan tekanan bagi masyarakat dan perusahaan untuk ikut menyesuaikan dengan perubahan tersebut. perusahaan yang menolak mengikuti perubahan tentunya akan satu langkah kebelakang menuju kemunduran, dampak inovasi dari perubahan tersebut seringkali menimbulkan masalah yang menyangkut beberapa aspek terutama kesiapan sumber daya manusia. Tantangan etika yang dihadapi pun juga sama dengan adanya perubahan tersebut, perusahaan yang telah menguasai perubahan akan dengan mudah

menggunakan cara untuk mempedayai pelanggan yang belum menyesuaikan terhadap perubahan. Beberapa contoh banyaknya kasus penipuan saat ini menjadi bukti bahwa ada banyak tantangan baru dalam etika bisnis.

#### 4) Tantangan Pergaulan Internasional

Seringkali terjadi bahwa perusahaan yang berekspansi ke luar negeri mengambil keputusan yang tidak dapat diterima secara etika dalam suatu negara, hal ini juga menjadi tantangan dalam bagi perusahaan maupun perorangan untuk menegakkan prinsip-prinsip pribadi serta kode etik dalam menjalankan bisnis ke suatu negara.

#### 5) Tantangan Sumber Daya Manusia

Perubahan dalam sistem juga harus merubah manusia dalam sistem tersebut agar lebih siap dalam mengikuti arus perubahan, sebuah bisnis memang berorientasi pada keuntungan secara ekonomi. Namun, tanggung jawab serta kewajiban-kewajiban sosial memiliki nilai yang tinggi pula untuk keberhasilan suatu bisnis. Sumber daya manusia yang handal pun sangat diperlukan untuk melaksanakan kewajiban itu. Dari segi etika, perubahan dalam teknologi juga akan membawa arus budaya baru dalam masyarakat, kesiapan sumber daya manusia juga dituntut untuk menyesuaikan dengan perubahan budaya itu agar tidak terjadi potensi pelanggaran etika dikemudian hari.

### Pelanggaran Etika Bisnis di era digital

Pelanggaran etika paling banyak ditemui di era digital, diantara lain kurangnya privasi, berkembangnya nanoteknologi, tergesernya pekerjaan yang dilakukan manusia dengan teknologi, dan sebagainya. Sementara itu etika merupakan aturan tidak tertulis namun penting untuk diperhatikan dan diterapkan demi keberlanjutan sebuah perusahaan. Dengan demikian, penting sekali bagi sebuah perusahaan berbasis digital untuk memahami sejauh mana prinsip etika diimplementasikan.

Berikut beberapa pelanggaran etika bisnis dalam mengelola usaha di era digital, di antaranya :

#### 1. Mencuri ide bisnis

Salah satu pelanggaran kelas berat yang dilakukan oleh pesaing bisnis adalah mencuri ide bisnis. Tentunya risiko yang ditanggung akan sangat memberatkan apabila pemegang hak Rahasia Dagang menggugat perbuatan ini. Pelaku pencuri ide bisnis dapat dijerat sanksi pidana sesuai Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, yaitu : Barangsiapa dengan sengaja

dan tanpa hak menggunakan Rahasia Dagang pihak lain atau melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 atau Pasal 14 dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

## 2. Penipuan

Esensi terpenting dalam usaha atau dagang adalah kejujuran dalam transaksi. Dalam banyak kasus transaksi secara online, penjual tidak transparan kepada konsumen. Dalam hal ini penjual tidak jujur terhadap kondisi barang, tidak memberikan hak kepada konsumen sepenuhnya atas produk yang telah dibeli. Hal ini tentu sangat mengecewakan bagi pihak konsumen, dan konsumen dapat melakukan pengembalian barang atau berujung pada complain konsumen yang berpengaruh pada rating toko (jika toko tersebut online).

Ketidajuran yang nyata terjadi pada iklan susu kental manis merek tertentu. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mengeluarkan teguran pada produsen susu kental manis (SKM) yang menayangkan iklan menyesatkan. Mereka menampilkan anak-anak dan keluarga yang mendapatkan manfaat SKM setara dengan susu padahal produk itu sebenarnya merupakan bahan pembuat kue, roti dan makanan olahan sejenis.

Di media sosial, netizen ramai berkomentar soal ini. Banyak dari mereka tidak tahu bahwa SKM atau di luar negeri biasa disebut *condensed milk* sebenarnya sirup rasa susu. Produk ini memang tidak lazim diminum seperti susu segar, formula atau UHT tapi jadi penyedap makanan dan minuman. Fenomena ini menunjukkan produsen susu memanfaatkan ketidaktahuan konsumen dengan penayangan iklan menyesatkan.

## 3. Melakukan Tag Secara Acak

Selain *spamming* dalam bentuk komentar, seringkali para pelaku bisnis juga melakukan hal seperti *men-tag* calon konsumen secara acak. Melakukan tag memang membuat orang yang di tag menjadi melihat apa yang dijual. Kemungkinan mereka menjadi merasa terganggu dan yang terjadi sebaliknya, yaitu mereka menghilangkan produk yg ditawarkan dari daftar teman di sosial medianya. Maka sebaiknya pelaku bisnis menggunakan fb ads, instagram ads, atau metode lainnya dibandingkan dengan cara sebelumnya.

## 4. Menggunakan Foto Produk Orang Lain

Apa jadinya jika produk yang dibeli secara online ternyata tidak sama dengan fotonya? Pasti sangat mengecewakan, bukan? Biasanya hal ini seringkali terjadi karena para pelaku bisnis menggunakan foto produk orang

lain untuk diposting di sosial medianya. Akibatnya, barang yang sampai kepada pelanggan sudah pasti akan berbeda. Dampak akhir dari perilaku non etik ini adalah kehilangan pelanggan. Perlu diperhatikan bahwa kelangsungan suatu bisnis dipengaruhi oleh banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian lebih dari sekali. Selalu utamakan kejujuran saat berbisnis, khususnya untuk urusan kualitas jika memang ingin bisnis terus bertumbuh.

## 5. Tidak Aktif dan Tidak Kreatif

Salah satu syarat bisnis untuk berkembang adalah kreatifitas dan aktifitas yang dimiliki. Sebuah bisnis akan berkembang jika selalu ada inovasi yang dilakukan di dalamnya. Diperlukan kreatifitas dan keaktifan dalam bisnis. Dalam media sosial, perlu menciptakan konten-konten yang menarik, tidak monoton, dan memotivasi. Contohnya iklan kemasyarakatan yakni pada iklan susu Nutrilon Royal. Iklan ini menggambarkan keceriaan anak-anak dalam bermain dan menunjukkan bahwa setiap anak berhak untuk bermimpi dan memiliki impian yang berbeda-beda. Selain memasarkan produk susu, iklan ini juga membantu menanamkan pesan positif ke anak-anak untuk bermimpi dan memiliki cita-cita yang baik.

### 1.2. Perumusan Masalah

Dari uraian di atas, dapat dirumuskan masalah dalam implementasi Etika Bisnis dalam Operasi UKM di era digital, yakni mencakup: Bagaimana pemahaman UKM tentang konsep dan prinsip-prinsip Etika Bisnis; Bagaimana UKM membedakan implementasi bisnis yang etik dan yang non etik; dan Bagaimana UKM dapat mengimplementasikan etika bisnis di era digital.

### Tujuan Dan Manfaat Pengabdian Masyarakat

#### 1. Tujuan

Tujuan umum dari Program Pengabdian Masyarakat IBI Kwik Kian Gie adalah sebagai bentuk implementasi pengabdian kepada masyarakat bagi para pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam mengemban Tridarma Perguruan Tinggi.

Secara khusus tujuan pengabdian Masyarakat ini adalah:

- Meningkatkan pemahaman tentang Etika Bisnis dan prinsip umum Etika Bisnis
- Memberikan wawasan tentang implementasi Etika Bisnis Dalam Operasi UKM di era digital
- Memberikan contoh-contoh pelanggaran etika bisnis dalam operasi UKM di era digital
- Memotivasi para pelaku bisnis UKM untuk menerapkan Etika Bisnis

#### 2. Manfaat

Manfaat dalam kegiatan ini adalah:

- Para pelaku bisnis dapat membedakan antara operasi bisnis yang menerapkan etika bisnis dan yang melanggar etika bisnis
- Mendapatkan pengetahuan secara praktis berkenaan dengan implementasi Etika Bisnis dalam operasi UKM di era digital
- Menanamkan komitmen kepada para pengusaha UKM untuk bertindak etik dalam bisnis

4	Membangun Kesadaran dan Perilaku Etik pelaku UKM di era digital	Dra. Bernadine, M.Com.
---	---	------------------------

## II. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan pada tanggal 22 Juli 2022 mengambil tema tentang "Implementasi Etika Bisnis dalam Operasi UKM Di Era Digital.

Bagi Koperasi Garudayaksa Nusantara, DKI Jakarta. Pelatihan ini dirancang dan dilakukan dalam satu kali pertemuan dalam waktu 120 menit, dimulai pada pukul 13.30 WIB hingga 15.30 WIB. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Gedung Koperasi Garudayaksa Nusantara di Jl. R.M. Harsono No. 54, Ragunan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan dengan metode web seminar.

Instruktur terdiri dari empat orang, yang terdiri dari dosen-dosen dari program studi Ilmu Manajemen. Pertama, Pertemuan dilakukan untuk melakukan penyampaian materi mengenai Pemahaman Etika Bisnis di Era Digital pada UKM Koperasi Garudayaksa Nusanantara, DKI Jakarta secara Online. Kedua, dilanjutkan dengan diskusi-diskusi, simulasi-simulasi serta konsultasi mengenai implementasi etika bisnis dalam operasi UKM, dan Ketiga, membahas mengenai pelanggaran Etika Bisnis dalam mengelola usaha di Era digital, dan terakhir Membangun Kesadaran dan Perilaku Etik pelaku UKM di era digital yang efektif.

Adapun metode pelatihan yang digunakan adalah presentasi, Group discussion dan tanya jawab dengan pelaku UKM. Pembagian penyampaian materi dan instruktur pada program pelatihan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Materi dan instruktur pelatihan**

No	Topik	Instruktur
1	Isu Etika Bisnis di Era Digital	Dr. Abdulah Rakhman
2	Implementasi Etika Bisnis dalam operasi UKM	M. Fuad, S.E, M.M.
3	Pelanggaran etika bisnis dalam mengelola usaha di era digital	Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta pelatihan dibagi ke dalam kelompok-kelompok. Setiap kelompok wajib mengikuti setiap sesi pelatihan yang diberikan. Sebelum pelatihan dimulai terlebih dahulu dilakukan pretest yang bertujuan mengukur pengetahuan dan pemahaman mereka mengenai etika bisnis dan persepsi mereka tentang pelanggaran terhadap etika bisnis sebelum mendapatkan pelatihan. Selama proses pelatihan para peserta wajib mengikuti simulasi yang diberikan. Pembahasan kasus-kasus yang berkaitan dengan pelanggaran etika bisnis dan mengidentifikasi penyebab pelanggaran dan dampak yang terjadi. Pada akhir pelatihan, seluruh peserta diberikan posttest yang tujuannya untuk mengetahui tingkat perubahan / peningkatan pengetahuan dan pemahaman mereka setelah mengikuti pelatihan. Dengan tertingkatkannya pemahaman mereka akan etika bisnis di era digital aka diharapkan mereka sebagai pelaku bisnis dapat bertindak etik, menghindari pelanggaran-pelanggaran etika bisnis serta berperilaku etik dalam menjalankan operasi bisnisnya.

## IV. KESIMPULAN

Pelanggaran etika yang terjadi dalam operasi bisnis dilakukan oleh para pelaku usaha diawali dengan ketidaksadaran bahwa mereka melanggar etika, yang kemudian Era digital menjadi sebuah peluang bagi banyak praktik-praktik usaha yang tidak terpuji atau tindakan yang kurang bermoral yang dilakukan hanya untuk keuntungan semata.

Sebagai pelaku usaha, UKM haruslah dapat mempelajari dan memahami pentingnya ber-etika bisnis yang baik demi menciptakan persaingan usaha yang baik pula. Pelatihan dan pendampingan bagi para pelaku usaha diperlukan untuk merubah kesadaran akan etika bisnis menjadi perilaku etik dengan memanfaatkan peluang dari perkembangan teknologi di era digital untuk dapat bersaing secara sehat, dan dukungan regulasi pemerintah sebagai payung hukum dalam operasi bisnis UKM.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami sampaikan terima kasih kepada LPPM Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dan Pengurus Koperasi Garudayaksa Nusantara atas kepercayaan yang diberikan kepada Tim Dosen Instruktur untuk melaksanakan program Pembinaan dan Pendampingan UMKM Koperasi Garudayaksa Nusantara, Jakarta telah terselenggara pada tanggal 22 Juli 2022, sehingga kewajiban kami untuk menunaikan dharma

Pengabdian kepada Masyarakat dapat terwujud, dan amalan kami dapat memberi manfaat dalam membangun karakter positif pelaku UMKM sebagai calon pelaku bisnis masa depan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ferrell, L. and Ferrell, O. C. (2017) *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*. Boston, MA: Cengage learning.
- Keraf, S. (2010) *Etika Bisnis : Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kumiawan, D. (2021) 'Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Dalam Era Digital', *Teknokreatipreneur.com*.
- Saban Echdar, M. (2019) *Business Ethics And Entrepreneurship : Etika Bisnis dan Kewirausahaan*. Cetakan Pe. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Santoso, J. T. (2022) *Pelanggaran Etika Bisnis di Era Digital*. Semarang: Univ Stekom.
- Sepriyanto (2022) *Prinsip Etika Bisnis di Era Digital*, *Kompasiana.com*, 25 April 2022.
- Sholihin, M. (2020) *Pendidikan dan Regulasi Kunci Penting Lawan Pelanggaran Etika Bisnis di Era Digital*. Kagama.Co.