



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 1060-1064

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Penerapan Etika dan Integrasi Bisnis Umkm

Dara Puspita Pribadi¹, Conan Scorpio^{2*}, Muhammad Riyadho Solihin³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis., Universitas Pamulang

Corresponding author: conanscorpio123@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024</p>	<p>Kebersamaan dan etika bisnis merupakan aspek penting dalam mengelola usaha kecil dan menengah (UKM) yang berkelanjutan dan sukses. Artikel ini membahas konsep kebersamaan dan etika bisnis dalam konteks UKM, serta dampak positifnya terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Kebersamaan dalam UKM melibatkan kolaborasi yang kuat antara pemilik, karyawan, dan mitra bisnis, sementara etika bisnis mencakup prinsip-prinsip integritas, transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Kebersamaan yang baik dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi, sementara etika bisnis yang kuat dapat membantu memenangkan kepercayaan pelanggan dan membangun reputasi positif. Selain itu, pemimpin yang baik memainkan peran kunci dalam menciptakan budaya perusahaan yang didasarkan pada etika bisnis yang tinggi dan memastikan kebersamaan dalam organisasi. Dengan menerapkan prinsip-prinsip kebersamaan dan etika bisnis, UKM dapat tumbuh, berkembang, dan memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sambil tetap mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku. Oleh karena itu, penting bagi UKM untuk memprioritaskan kebersamaan dan etika bisnis sebagai landasan utama dalam pengelolaan operasi mereka.</p>
<p>Kata Kunci: Usaha Kecil Menengah (UKM), Etika Bisnis, Integrasi Bisnis, Pertumbuhan Bisnis.</p>	<p>ABSTRACT</p>
<p>Keywords: Small and Medium Enterprises (SMEs), Business Ethics, Business Integration, Business Growth.</p>	<p><i>Togetherness and business ethics are important aspects in managing sustainable and successful small and medium enterprises (SMEs). This article discusses the concept of togetherness and business ethics in the context of SMEs, as well as their positive impact on business growth and sustainability. Togetherness in SMEs involves strong collaboration between owners, employees and business partners, while business ethics includes the principles of integrity, transparency, honesty and social responsibility. Good teamwork can increase productivity and innovation, while strong business ethics can help win customer trust and build a positive reputation. Additionally, good leaders play a key role in creating a company culture that is based on high business ethics and ensuring unity within the</i></p>

organization. By applying the principles of togetherness and business ethics, SMEs can grow, develop and have a positive impact on society and the surrounding environment, while still complying with applicable regulations and laws. Therefore, it is important for SMEs to prioritize togetherness and business ethics as the main foundation in managing their operations. Abstracts must be precise and honest. Please follow the word limit (150-250 words).

PENDAHULUAN

Kebersamaan dan etika bisnis dalam usaha kecil menengah (UKM) sangat penting dalam konteks ekonomi global saat ini. UKM memainkan peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara dan menciptakan lapangan kerja. Oleh karena itu, memiliki landasan yang kuat dalam kebersamaan dan etika bisnis sangatlah krusial. Kebersamaan dan etika bisnis pada Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah dua aspek penting dalam menjalankan bisnis kecil dan menengah yang berkelanjutan dan sukses.

Kebersamaan dalam UKM mengacu pada kerja sama dan kolaborasi antara bisnis kecil dan menengah. UKM seringkali memiliki sumber daya terbatas, dan dengan bekerja sama, mereka dapat mencapai lebih banyak hal daripada jika bekerja sendiri. Ini mencakup kolaborasi dalam pengadaan bahan baku, distribusi, pemasaran bersama, dan bahkan inovasi produk atau layanan. Kebersamaan memungkinkan UKM untuk bersaing di pasar yang mungkin didominasi oleh perusahaan besar. Kebersamaan dapat menciptakan sinergi di antara UKM, meningkatkan efisiensi operasional, dan memungkinkan pertumbuhan bersama-sama. Ini juga membantu dalam mengatasi beberapa tantangan yang mungkin dihadapi UKM, seperti keterbatasan sumber daya.

Etika bisnis pada UKM melibatkan prinsip-prinsip moral dan perilaku yang benar dalam menjalankan bisnis kecil dan menengah. Ini mencakup integritas, kejujuran.

KAJIAN LITERATUR

Etika dalam UMKM

Etika berasal dari Yunani Kuno memiliki istilah sebagai “ethikos” yang artinya timbul dari kebiasaan. Menurut Fauzan dan Nuryana (2014) merupakan cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika bisnis mengacu pada seperangkat prinsip dan nilai yang mengatur perilaku bisnis agar sesuai dengan standar moral dan sosial yang diterima. Dalam konteks UMKM, penerapan etika bisnis mencakup berbagai aspek, termasuk tetapi tidak terbatas pada perlakuan yang adil terhadap karyawan, kejujuran dalam hubungan dengan pelanggan dan pemasok, tanggung jawab lingkungan, dan kontribusi positif terhadap masyarakat lokal.

Kepercayaan Pelanggan UMKM yang beroperasi dengan prinsip-prinsip etika cenderung membangun kepercayaan yang lebih kuat dengan pelanggan. Kepercayaan ini menjadi dasar bagi hubungan jangka panjang yang bermanfaat bagi kedua belah pihak. Reputasi yang Baik Praktik bisnis yang etis membantu membangun reputasi yang baik bagi UMKM. Reputasi positif dapat menjadi aset berharga yang meningkatkan daya tarik bisnis dan membedakannya dari pesaing. Hubungan dengan Pemasok Etika bisnis juga penting dalam hubungan dengan pemasok. UMKM yang berkomitmen pada prinsip-prinsip etika cenderung membangun hubungan yang lebih kokoh dan berkelanjutan dengan pemasok mereka. Kepatuhan terhadap Peraturan Penerapan etika bisnis membantu UMKM mematuhi peraturan dan standar hukum yang berlaku. Ini dapat mengurangi risiko hukum dan reputasi yang mungkin dihadapi UMKM akibat pelanggaran.

Tantangan dalam Penerapan Etika dalam UMKM, Keterbatasan Sumber Daya UMKM seringkali memiliki keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun manusia, yang dapat menjadi hambatan dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis. Kesadaran dan Pendidikan Kurangnya kesadaran tentang pentingnya etika bisnis dan kurangnya akses terhadap pendidikan formal dalam bidang ini dapat menghambat UMKM untuk mengimplementasikan praktik bisnis yang etis. Tekanan

Persaingan Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, UMKM mungkin merasa tertekan untuk mengabaikan prinsip-prinsip etika demi mencapai keunggulan kompetitif.

Penerapan etika bisnis dalam UMKM tidak hanya penting untuk keberhasilan bisnis jangka panjang, tetapi juga untuk memastikan kontribusi yang positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Meskipun ada tantangan dalam menerapkan prinsip-prinsip etika, manfaat jangka panjang yang diberikan oleh praktik bisnis yang etis membuatnya menjadi investasi yang berharga bagi UMKM. Dukungan dari pemerintah, organisasi non-profit, dan pemangku kepentingan lainnya dapat membantu UMKM dalam mengatasi tantangan ini dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Manfaat Etika Bisnis

Etika bisnis adalah suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal (Muslich, 2004:9). Etika bisnis merupakan aturan tidak tertulis mengenai cara menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku dan tidak tergantung pada kedudukan individu atau-pun perusahaan di masyarakat. Manfaat etika bisnis mencakup berbagai aspek positif yang dapat dirasakan oleh perusahaan, stakeholder, dan masyarakat secara luas.

Peningkatan Reputasi dan Citra Perusahaan Praktik bisnis yang etis membantu membangun reputasi perusahaan yang positif di mata pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat. Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Pengembangan Hubungan yang Berkualitas Etika bisnis membantu perusahaan membangun hubungan yang lebih baik dengan stakeholder utama seperti karyawan, pelanggan, pemasok, dan investor. Hubungan yang berkualitas ini dapat meningkatkan kolaborasi, kepuasan, dan kepercayaan di antara semua pihak terlibat. Kontribusi Positif terhadap Masyarakat dan Lingkungan: Etika bisnis mendorong perusahaan untuk bertindak secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan berinvestasi dalam inisiatif sosial dan lingkungan yang berkelanjutan, perusahaan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi komunitas lokal dan planet ini.

Integrasi Bisnis Berkelanjutan

Michael E. Porter dan Mark R. Kramer: Dalam artikel seminal mereka tentang "Creating Shared Value" (2011), Porter dan Kramer menguraikan konsep integrasi bisnis berkelanjutan sebagai upaya untuk menciptakan nilai bersama bagi perusahaan dan masyarakat melalui praktek bisnis yang berfokus pada masalah sosial dan lingkungan yang signifikan. Integrasi Bisnis Berkelanjutan adalah pendekatan strategis di mana perusahaan mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam semua aspek operasional dan keputusan bisnis mereka. Hal ini mencakup mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan bisnis, serta berusaha untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, karyawan, pelanggan, dan masyarakat secara luas.

Penilaian Dampak Perusahaan melakukan evaluasi menyeluruh terhadap dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasi mereka. Ini melibatkan identifikasi risiko dan peluang yang berkaitan dengan keberlanjutan. Pengembangan Strategi Berdasarkan penilaian dampak, perusahaan mengembangkan strategi bisnis yang memasukkan prinsip-prinsip keberlanjutan. Ini bisa mencakup pengembangan produk dan layanan yang ramah lingkungan, peningkatan efisiensi energi, atau inisiatif sosial untuk memberikan manfaat bagi komunitas lokal. Penerapan Praktik Bisnis Berkelanjutan Perusahaan menerapkan praktik bisnis yang mendukung tujuan keberlanjutan mereka, seperti penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, pemantauan emisi karbon, atau memastikan kondisi kerja yang adil dan aman bagi karyawan. Keterlibatan Stakeholder Integrasi Bisnis Berkelanjutan juga melibatkan keterlibatan stakeholder dalam pengambilan keputusan. Ini memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kekhawatiran yang relevan bagi berbagai pihak terkait dan memastikan bahwa keputusan yang diambil mencerminkan nilai-nilai dan kepentingan mereka. Pengukuran Kinerja: Perusahaan memantau dan mengevaluasi kinerja mereka dalam mencapai tujuan keberlanjutan. Ini dapat melibatkan pengukuran terhadap berbagai indikator keberlanjutan, seperti jejak karbon, tingkat kepuasan karyawan, atau kontribusi terhadap pengentasan kemiskinan.

Integrasi Bisnis Berkelanjutan tidak hanya menguntungkan perusahaan secara finansial, tetapi juga menciptakan nilai sosial dan lingkungan yang penting bagi masyarakat dan planet ini. Dengan

menerapkan pendekatan ini, perusahaan dapat berkontribusi pada pembangunan yang berkelanjutan dan menciptakan masa depan yang lebih baik bagi semua orang.

Tantangan dan Kendala

Tantangan dan kendala dalam penerapan Etika dan Integrasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bervariasi tergantung pada konteks bisnis dan lingkungan di mana UMKM tersebut beroperasi.

Keterbatasan Sumber Daya UMKM seringkali menghadapi keterbatasan sumber daya, baik dalam hal keuangan, SDM, maupun teknologi. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam mengimplementasikan praktik bisnis yang berkelanjutan atau memperkuat aspek-etika dalam operasi mereka. Tingkat Kesadaran dan Pendidikan Kesadaran tentang pentingnya etika bisnis dan keberlanjutan mungkin rendah di kalangan pemilik UMKM dan karyawan mereka. Kurangnya akses terhadap pendidikan formal atau pelatihan yang memadai tentang konsep-konsep ini dapat menghambat kemampuan UMKM untuk mengadopsi praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab. Persaingan yang Ketat UMKM sering bersaing dalam pasar yang sangat kompetitif, di mana tekanan untuk mencapai keuntungan dan bertahan hidup dapat mendorong praktek bisnis yang kurang etis. Persaingan yang sengit dapat memaksa UMKM untuk menekan biaya atau memotong sudut etika demi menjaga daya saing. Ketergantungan pada Rantai Pasokan yang Tidak Transparan Banyak UMKM tergantung pada rantai pasokan yang kompleks dan tidak transparan, yang dapat mengaburkan visibilitas mereka terhadap praktik bisnis di tingkat kedua atau ketiga. Hal ini dapat membuat sulit bagi UMKM untuk memastikan bahwa mereka bekerja dengan pemasok yang berbagi nilai-nilai etika yang sama.

Melalui kesadaran, pendidikan, dan dukungan yang tepat, UMKM dapat mengatasi tantangan ini dan memperkuat praktik bisnis mereka untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan dampak yang positif bagi masyarakat dan lingkungan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian literatur ini adalah pencarian sistematis dan analisis sintesis. Sumber literatur dicari melalui basis data akademik dan penelusuran manual, dengan fokus pada artikel-artikel yang diterbitkan dalam jangka waktu terkini. Data dari berbagai sumber literatur dianalisis secara tematis untuk mengidentifikasi pola umum, temuan penting, dan tren terkini dalam penelitian tentang etika dan integrasi bisnis dalam konteks UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan prinsip-prinsip etika dalam bisnis mereka dan mengintegrasikan aspek keberlanjutan dalam operasi mereka cenderung mengalami berbagai manfaat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki komitmen kuat terhadap etika bisnis memiliki reputasi yang lebih baik di mata pelanggan dan masyarakat, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan dan citra merek. Selain itu, UMKM yang berorientasi keberlanjutan juga cenderung menciptakan hubungan yang lebih baik dengan pemasok, karyawan, dan masyarakat setempat, yang dapat mendukung pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis mereka. Selain itu, UMKM yang mengadopsi praktik bisnis berkelanjutan juga dapat mengurangi risiko hukum dan reputasi, serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin sadar lingkungan.

Penerapan etika bisnis dan integrasi keberlanjutan dalam UMKM merupakan langkah penting untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Meskipun demikian, studi ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan dan kendala dalam proses ini. Keterbatasan sumber daya, kesadaran yang rendah, persaingan yang ketat, dan regulasi yang kurang mendukung dapat menjadi hambatan bagi UMKM dalam menerapkan praktik bisnis yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan lembaga keuangan, untuk memberikan pelatihan, akses ke sumber daya, dan insentif yang diperlukan bagi UMKM untuk memperkuat komitmen mereka terhadap etika bisnis dan keberlanjutan. Selain itu, kolaborasi dan pertukaran pengetahuan antara UMKM juga dapat menjadi strategi efektif dalam mengatasi tantangan bersama dan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih berkelanjutan secara keseluruhan.

Studi ini memberikan wawasan penting tentang pentingnya etika bisnis dan integrasi keberlanjutan dalam konteks UMKM. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan tantangan yang terkait, pemangku kepentingan dapat bekerja sama untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab bagi UMKM..

KESIMPULAN

Penerapan Etika dan Integrasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi untuk memberikan manfaat yang signifikan, seperti peningkatan reputasi, hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan, pengurangan risiko, dan peningkatan daya saing. Namun, ada pula tantangan dan kendala yang perlu dihadapi, seperti keterbatasan sumber daya, kesadaran yang rendah, persaingan yang ketat, dan regulasi yang kurang mendukung.

UMKM perlu mempertimbangkan penerapan etika bisnis dan integrasi keberlanjutan sebagai bagian integral dari strategi dan operasi mereka. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan lembaga keuangan, diperlukan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan dan mendukung mereka dalam mengadopsi praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Kolaborasi antara UMKM juga dapat menjadi kunci untuk mengatasi tantangan bersama dan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih berkelanjutan secara keseluruhan. Dengan demikian, integrasi etika bisnis dan keberlanjutan dalam UMKM tidak hanya penting untuk keberhasilan bisnis mereka, tetapi juga untuk membangun masyarakat dan lingkungan yang lebih baik.

REFERENSI

- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). [The Corporate Social Performance-Financial Performance Link - JSTOR](#), 18(4), 303-319
- Crane, A., & Matten, D. (2016). [Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in ...](#), Oxford University Press.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2008) [Business ethics : ethical decision making and cases : Ferrell, O. C ...](#)
- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2004). Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing science*, 32, 3-19.
- Sachs, J. D. (2015). *The age of sustainable development*. Columbia University Press.
- Scott, M. J., Gallent, N., & Gkartzios, M. (Eds.). (2019). *The Routledge companion to rural planning*. Routledge, Taylor & Francis Group.