



Research Article

Analisis Etika Bisnis Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bubur Ayam Mang Jay Telang, Bangkalan

Zaenab¹, Abdur Rohman²

1. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman; 220721100075@student.trunojoyo.ac.id
2. Universitas Trunojoyo Madura; abdur.rohman@trunojoyo.ac.id

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Managing: Jurnal Bisnis dan Manajemen**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : June 11, 2024
Accepted : July 01, 2024

Revised : June 25, 2024
Available online : February 12, 2025

How to Cite: Zaenab, & Abdur Rohman. (2025). Analysis of Business Ethics on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Bubur Ayam Mang Jay Telang, Bangkalan. *Managing: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 22–31. <https://doi.org/10.61166/managing.v2i1.10>

Analysis of Business Ethics on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Bubur Ayam Mang Jay Telang, Bangkalan

Abstract. This research aims to analyze the application of business ethics in the operations of the Mang Jay Chicken Bubur MSME. This research uses interview and observation methods to collect data regarding the business ethics practices implemented. The research results show that Bubur Ayam Mang Jay applies the principles of business ethics such as honesty, integrity, fairness, responsibility and transparency in every aspect of its operations. The application of business ethics has a positive impact on business reputation and performance, increasing customer loyalty and employee productivity. Based on these findings, it is recommended that other MSMEs adopt similar practices and conduct ongoing training on business ethics for employees. Future research is recommended to conduct comparative studies in various sectors and combine qualitative and quantitative approaches to gain a more comprehensive understanding.

Keywords: Business reputation, ethics training, corporate social responsibility (CSR).

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis dalam operasional UMKM Bubur Ayam Mang Jay. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data mengenai praktik etika bisnis yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bubur Ayam Mang Jay menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis seperti kejujuran, integritas, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi dalam setiap aspek operasionalnya. Penerapan etika bisnis ini berdampak positif terhadap reputasi dan kinerja bisnis, meningkatkan loyalitas pelanggan dan produktivitas karyawan. Berdasarkan penelitian ini, disarankan agar UMKM lain mengadopsi praktik serupa dan melakukan pelatihan berkelanjutan mengenai etika bisnis bagi karyawan. Penelitian selanjutnya dianjurkan untuk melakukan studi komparatif di berbagai sektor dan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

Kata kunci: Reputasi bisnis, pelatihan etika, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

PENDAHULUAN

Penggabungan etika dan bisnis atau bisnis dan etika dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasung kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan manajemen tuntutan- tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Dengan demikian etika seolah-olah diperlukan sebagai disiplin terpisah dan mau diterapkan pada dunia bisnis atau mau dikembangkan dengan cara memasuki telaah masalah- masalah moral dalam dunia bisnis (Masykuroh 2020).

Dalam membangun perekonomian sebuah bangsa bersumber dari seluruh elemen- elemen yang terdapat didalamnya, dimana seluruh elemen memiliki keterkaitan yang sangat erat. Kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari indikator perekonomiannya, maka semakin banyak masyarakat yang dapat menjamin kebutuhan hidupnya dengan memiliki pekerjaan tetap atau memiliki usaha sendiri sehingga dapat merasakan hidup yang layak maka hal ini melambangkan semakin baik kesejahteraan pada masyarakat tersebut. Tak sedikit masyarakat yang membangun bisnis atau usaha nya sendiri yang biasa disebut usaha mikro kecil menengah (UMKM). UMKM memiliki peranan yang sangat penting sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan membangkitkan bisnis Islam cukup sulit untuk memenuhi tantangan di era modern seperti saat ini (Ismaeel and Blaim 2012).

UMKM atau usaha mikro kecil menengah merupakan usaha yang mempunyai peran yang signifikan terhadap perekonomian di Indonesia dikarenakan mampu menyerap banyak tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menghasilkan produk-produk lokal yang berkualitas. Salah satu UMKM adalah bubur ayam yang merupakan makanan yang terkenal di Indonesia. Dengan adanya penelitian bertujuan untuk mengetahui kesesuaian praktek bisnis dengan etika bisnis, dampak etika bisnis terhadap reputasi dan kinerja bisnis, dan strategi meningkatkan kesadaran etika bisnis UMKM khususnya terkait UMKM Bubur Ayam Mang Jay yang ada di daerah kami yaitu Telang Bangkalan. Adapun tujuan penelitian

ini agar berguna untuk stakeholder dan policy untuk menjadi bahan perbaikan guna menciptakan perkembangan ekonomi dalam dunia bisnis.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Etika Bisnis

Etika bisnis adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang memandu perilaku, keputusan, dan tindakan dalam konteks bisnis. Etika bisnis berfungsi sebagai panduan dalam menghadapi berbagai dilema moral yang sering muncul dalam dunia bisnis. Ini mencakup berbagai aspek seperti kejujuran, integritas, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi.

Menurut Velasquez (2011), etika bisnis adalah penerapan prinsip-prinsip etis dalam konteks bisnis untuk memastikan bahwa tindakan dan keputusan bisnis tidak hanya legal tetapi juga moral. Etika bisnis mencakup berbagai isu seperti keadilan dalam penggajian, tanggung jawab sosial perusahaan, dan keberlanjutan lingkungan. Etika bisnis juga memainkan peran penting dalam membangun reputasi perusahaan dan menjaga hubungan yang baik dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat luas. Etika yang baik dalam bisnis dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan, yang pada gilirannya dapat mendukung keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Peran Etika Bisnis dalam UMKM

Etika bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM adalah tulang punggung perekonomian di banyak negara, dan penerapan etika bisnis dalam UMKM dapat memberikan berbagai keuntungan baik secara internal maupun eksternal.

Secara internal, etika bisnis membantu UMKM dalam membangun budaya kerja yang positif. Misalnya, dengan menerapkan prinsip-prinsip kejujuran dan integritas, UMKM dapat menciptakan lingkungan kerja yang adil dan transparan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan. Karyawan yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil cenderung lebih produktif dan loyal terhadap perusahaan.

Secara eksternal, etika bisnis membantu UMKM dalam membangun reputasi yang baik di mata pelanggan dan mitra bisnis. Pelanggan cenderung lebih percaya dan loyal kepada perusahaan yang beroperasi secara etis. Selain itu, etika bisnis juga membantu UMKM menghindari berbagai masalah hukum dan skandal yang dapat merusak reputasi dan keberlangsungan bisnis.

Selain itu, etika bisnis dalam UMKM juga mencakup tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). UMKM yang berkomitmen pada praktik bisnis yang bertanggung jawab sosial cenderung lebih berhasil dalam membangun hubungan yang baik dengan komunitas lokal dan mendapatkan dukungan dari masyarakat.

Studi Terdahulu tentang Etika Bisnis di Sektor UMKM

Berbagai studi terdahulu telah menunjukkan bahwa adopsi praktik etis dalam UMKM dapat membawa berbagai manfaat yang signifikan. Studi oleh Jenkins (2009) menyoroti bahwa UMKM yang menerapkan praktik etis lebih cenderung

mendapatkan kepercayaan pelanggan dan memiliki reputasi yang baik di pasar. Kepercayaan pelanggan ini sangat penting karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendukung keberlangsungan bisnis jangka panjang.

Studi lain oleh Murillo dan Lozano (2006) menemukan bahwa etika bisnis dalam UMKM berkontribusi terhadap kepuasan kerja karyawan dan meningkatkan loyalitas karyawan. Karyawan yang merasa bekerja di lingkungan yang etis cenderung lebih puas dengan pekerjaan mereka dan lebih loyal kepada perusahaan. Hal ini dapat mengurangi tingkat turnover karyawan dan mengurangi biaya rekrutmen serta pelatihan karyawan baru.

Penelitian oleh Spence (2007) juga menunjukkan bahwa UMKM yang beretika memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi dan dapat lebih mudah bertahan di pasar yang kompetitif. UMKM yang beretika cenderung lebih inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar, karena mereka memiliki dasar nilai yang kuat dan komitmen terhadap kualitas serta layanan yang baik.

Selain itu, studi oleh Fassin (2008) menyoroti bahwa UMKM yang mengadopsi praktik etis cenderung lebih sukses dalam menjalin kemitraan dan kolaborasi dengan perusahaan lain. Etika bisnis yang baik menciptakan dasar untuk hubungan bisnis yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dan memberikan gambaran rinci mengenai penerapan etika bisnis di UMKM Bubur Ayam Mang Jay. Penelitian kualitatif cocok untuk menggali persepsi, pengalaman, dan pandangan dari para pelaku bisnis, karyawan, dan pelanggan.

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap satu kasus tertentu, dalam hal ini UMKM Bubur Ayam Mang Jay. Melalui studi kasus, peneliti dapat mengumpulkan data yang kaya dan mendetail mengenai berbagai aspek penerapan etika bisnis di usaha tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi dari berbagai pihak yang terlibat dalam operasional UMKM tersebut yang dilakukan dengan narasumber pemilik Bubur Ayam Mang Jay. Dengan tujuan memahami visi, misi, dan nilai-nilai etika bisnis yang diterapkan oleh UMKM tersebut. Observasi digunakan untuk melihat secara langsung bagaimana etika bisnis diterapkan dalam operasional sehari-hari di Bubur Ayam Mang Jay.

Populasi dalam penelitian ini mencakup semua individu yang terlibat dalam operasional UMKM Bubur Ayam Mang Jay, termasuk pemilik dan pelanggan.

Sampel dalam penelitian ini dipilih secara purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Sampel pada penelitian ini yaitu Pemilik UMKM, pemilik usaha Bubur Ayam Mang Jay dipilih sebagai sampel karena memiliki wawasan mendalam mengenai visi, misi, dan penerapan etika bisnis di UMKM ini. Dan juga beberapa pelanggan tetap yang sering berbelanja di Bubur Ayam Mang Jay dipilih

untuk memberikan umpan balik mengenai kualitas layanan dan produk serta penerapan etika bisnis yang mereka rasakan.

ANALISIS DATA

Profil UMKM Bubur Ayam Mang Jay

Usaha UMKM Bubur ayam merupakan salah satu UMKM yang menjual bubur ayam. Pendirinya adalah lelaki yang tumbuh dan besar di Telang, Madura. Awal mula memilih usaha bubur ayam dikarenakan di daerah sekitar Telang sendiri belum ada yang jual bubur ayam. Dan dari inovasi tersebut mas memulai usahannya di tahun 2018. Adapun pemasarannya biasa dilakukan online dan offline. Pada media online mas Jaelani memanfaatkan platform Facebook untuk digunakan sebagai media promosi serta diperuntukkan kepada pelanggan yang tidak tinggal di daerah Telang. Sedangkan untuk pemasaran offline dalam sehari-hari kerap kita temui Bubur ayam ini sudah menetap di depan Kampus Universitas Trunojoyo Madura yang sebelumnya berjualan keliling dari setiap gang ke gang.

Tinjauan Etika Bisnis dalam Praktek Bisnis UMKM

Bubur Ayam Mang Jay menerapkan beberapa prinsip etika bisnis, termasuk kejujuran, integritas, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi. Pemilik selalu menekankan pentingnya kejujuran dalam bertransaksi dengan pelanggan dan keadilan dalam perlakuan terhadap karyawan. Praktik Etis dalam Operasional:

- Kejujuran dan Integritas: Pemilik selalu memastikan bahwa bahan baku yang digunakan segar dan berkualitas. Harga yang tertera sesuai dengan kualitas yang diberikan.
- Keadilan dan Tanggung Jawab: Karyawan diperlakukan dengan adil dan mendapatkan hak-hak mereka tepat waktu, termasuk gaji dan tunjangan.
- Transparansi: Informasi mengenai bahan baku, proses pembuatan, dan harga selalu disampaikan dengan jelas kepada pelanggan.
- Tanggung Jawab Sosial: UMKM ini aktif dalam kegiatan sosial seperti memberikan makanan gratis kepada kaum dhuafa setiap Jumat dan terlibat dalam kegiatan komunitas lokal, seperti penyuluhan kesehatan dan kebersihan.

Persepsi Pemilik dan Karyawan terhadap Etika Bisnis

Pemilik percaya bahwa etika bisnis adalah fondasi utama dalam menjalankan usahanya. Menurutnya, dengan menerapkan etika bisnis yang baik, UMKM dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis.

Tantangan dan Hambatan dalam Menerapkan Etika Bisnis

Hambatan Internal:

- Keterbatasan Sumber Daya: Keterbatasan dana dan sumber daya manusia kadang menghambat penerapan praktik etika bisnis yang lebih luas, seperti program pelatihan karyawan yang lebih mendalam.

- Kurangnya Pemahaman: Beberapa karyawan baru kadang tidak memahami sepenuhnya pentingnya etika bisnis dan perlu waktu untuk menyesuaikan diri dengan budaya perusahaan.

Hambatan Eksternal:

- Tekanan Persaingan: Kompetisi ketat dengan usaha sejenis yang tidak selalu mengikuti standar etika bisnis yang sama membuat tantangan dalam mempertahankan harga dan kualitas.
- Perubahan Regulasi: Kebijakan pemerintah yang sering berubah, terutama terkait dengan standar kesehatan dan kebersihan, menuntut UMKM untuk terus menyesuaikan operasional mereka.

Strategi Mengatasi Hambatan:

- Pelatihan Karyawan: Memberikan pelatihan rutin mengenai etika bisnis dan pentingnya penerapan prinsip-prinsip etis dalam pekerjaan sehari-hari.
- Komunikasi Terbuka: Menjalinkan komunikasi yang terbuka antara pemilik dan karyawan untuk memastikan bahwa setiap orang memahami dan mendukung nilai-nilai etika yang diterapkan.
- Penyesuaian dan Adaptasi: Menyesuaikan strategi bisnis dengan cepat terhadap perubahan regulasi dan kondisi pasar untuk tetap kompetitif sambil menjaga standar etika.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa UMKM Bubur Ayam Mang Jay telah menerapkan etika bisnis secara konsisten dan komprehensif, baik dalam hubungan internal dengan karyawan maupun eksternal dengan pelanggan dan komunitas. Persepsi positif dari pemilik dan karyawan menunjukkan bahwa etika bisnis tidak hanya penting untuk reputasi tetapi juga untuk keberlanjutan operasional. Meskipun ada beberapa tantangan dan hambatan dalam penerapannya, UMKM ini mampu mengatasinya dengan strategi yang tepat, menunjukkan komitmen yang kuat terhadap etika bisnis.

HASIL PEMBAHASAN

Kesesuaian Praktek Bisnis dengan Etika Bisnis

Penerapan etika bisnis di Bubur Ayam Mang Jay telah ditinjau secara rinci melalui wawancara dan observasi. Berikut adalah analisis kesesuaian praktik bisnis dengan prinsip-prinsip etika bisnis:

1) Kejujuran dan Integritas:

Bubur Ayam Mang Jay menunjukkan komitmen tinggi terhadap kejujuran dan integritas. Pemilik, mang Jay memastikan bahwa semua bahan baku yang digunakan adalah segar dan berkualitas tinggi. Tidak ada penggunaan bahan pengawet atau aditif yang dapat merugikan pelanggan. Harga produk ditetapkan secara transparan dan adil, sesuai dengan kualitas yang diberikan. Kejujuran dalam penyajian dan transaksi menciptakan kepercayaan di antara pelanggan.

2) Keadilan dan Tanggung Jawab:

Prinsip keadilan terlihat dalam perlakuan terhadap karyawan. Semua karyawan menerima gaji yang layak dan hak-hak mereka dipenuhi tepat waktu. Mang Jay juga memberikan perhatian khusus pada kesejahteraan karyawan dengan

menyediakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman. Tanggung jawab terhadap pelanggan diwujudkan melalui pelayanan yang ramah dan profesional, serta upaya untuk selalu memenuhi standar kebersihan dan kualitas produk.

3) Transparansi:

Bubur Ayam Mang Jay menerapkan transparansi dalam berbagai aspek operasional. Informasi mengenai asal-usul bahan baku, proses pembuatan, dan komposisi produk disampaikan dengan jelas kepada pelanggan. Keterbukaan ini tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga memberikan edukasi kepada pelanggan mengenai pentingnya memilih produk yang sehat dan berkualitas.

4) Tanggung Jawab Sosial:

UMKM ini aktif dalam kegiatan sosial, seperti memberikan makanan gratis kepada kaum dhuafa setiap Jumat. Selain itu, pemilik terlibat dalam berbagai kegiatan komunitas, seperti penyuluhan kesehatan dan kebersihan. Partisipasi dalam tanggung jawab sosial ini mencerminkan komitmen Bubur Ayam Mang Jay untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat.

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa praktik bisnis Bubur Ayam Mang Jay sangat sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis. Penerapan etika bisnis secara konsisten telah menjadi bagian integral dari operasional sehari-hari, mencerminkan komitmen pemilik untuk menjalankan usaha dengan cara yang benar dan berintegritas.

Dampak Etika Bisnis terhadap Reputasi dan Kinerja Bisnis

Penerapan etika bisnis yang baik tidak hanya memberikan keuntungan moral tetapi juga berdampak positif terhadap reputasi dan kinerja bisnis Bubur Ayam Mang Jay. Berikut adalah analisis dampaknya:

1) Reputasi:

Komitmen terhadap kejujuran, integritas, dan transparansi telah membangun reputasi positif di mata pelanggan dan masyarakat. Pelanggan yang puas dengan kualitas produk dan pelayanan cenderung menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan Bubur Ayam Mang Jay kepada orang lain. Reputasi yang baik ini berfungsi sebagai aset penting yang mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Selain itu, keterlibatan dalam kegiatan sosial juga memperkuat citra positif usaha di komunitas lokal, meningkatkan rasa bangga dan kepercayaan masyarakat terhadap UMKM ini.

2) Kinerja Bisnis:

Etika bisnis yang diterapkan berkontribusi langsung terhadap peningkatan kinerja bisnis. Karyawan yang diperlakukan dengan adil dan dihargai menunjukkan loyalitas yang tinggi dan produktivitas yang optimal. Hal ini mengurangi tingkat pergantian karyawan dan meningkatkan efisiensi operasional. Kepuasan karyawan juga berpengaruh pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, menciptakan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk kembali. Selain itu, transparansi dan kejujuran dalam transaksi memperkuat kepercayaan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan volume penjualan dan pendapatan.

Dari hasil penelitian, terlihat jelas bahwa penerapan etika bisnis yang baik memberikan dampak positif yang signifikan terhadap reputasi dan kinerja bisnis Bubur Ayam Mang Jay. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis bukan hanya merupakan kewajiban moral tetapi juga strategi bisnis yang efektif untuk mencapai keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

Strategi Meningkatkan Kesadaran Etika Bisnis di UMKM

Meskipun Bubur Ayam Mang Jay telah menerapkan etika bisnis dengan baik, selalu ada ruang untuk peningkatan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kesadaran etika bisnis di UMKM:

1) Pelatihan dan Edukasi:

Mengadakan pelatihan rutin bagi karyawan tentang pentingnya etika bisnis dan bagaimana menerapkannya dalam pekerjaan sehari-hari. Pelatihan ini dapat mencakup studi kasus, diskusi kelompok, dan simulasi situasi etika. Edukasi yang berkelanjutan membantu karyawan memahami dan menginternalisasi nilai-nilai etika bisnis, serta mampu mengatasi dilema etika yang mungkin muncul dalam operasional sehari-hari.

2) Komunikasi Internal yang Efektif:

Membangun komunikasi yang terbuka dan transparan antara pemilik dan karyawan sangat penting. Pertemuan rutin, sesi diskusi, dan forum tanya jawab dapat digunakan untuk berbagi informasi, mendiskusikan tantangan, dan mencari solusi bersama. Hal ini juga memungkinkan karyawan untuk memberikan masukan dan merasa lebih terlibat dalam penerapan etika bisnis. Komunikasi yang efektif membantu memastikan bahwa semua karyawan memahami dan mendukung nilai-nilai etika yang diterapkan.

3) Contoh dari Pimpinan:

Pemilik usaha harus terus menjadi teladan dalam menerapkan etika bisnis. Keteladanan dari pimpinan sangat penting untuk mendorong karyawan mengikuti jejak yang sama dan mempraktikkan nilai-nilai etika dalam pekerjaan mereka. Sebagai pemilik, harus menunjukkan komitmen yang kuat terhadap etika bisnis dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil.

4) Kebijakan dan Prosedur yang Jelas:

Menetapkan kebijakan dan prosedur yang jelas terkait etika bisnis, termasuk pedoman tentang perilaku yang diharapkan dan tindakan yang harus diambil jika terjadi pelanggaran. Kebijakan ini harus dikomunikasikan dengan baik kepada semua karyawan dan dipantau secara rutin untuk memastikan kepatuhan. Prosedur yang jelas membantu karyawan memahami standar etika yang diharapkan dan memberikan panduan dalam menghadapi situasi yang menantang.

5) Penghargaan dan Pengakuan:

Memberikan penghargaan dan pengakuan kepada karyawan yang menunjukkan komitmen tinggi terhadap etika bisnis. Penghargaan ini bisa berupa bonus, sertifikat, atau bentuk apresiasi lainnya yang dapat memotivasi karyawan lain untuk berperilaku etis. Pengakuan atas perilaku etis membantu memperkuat budaya etika dalam organisasi dan mendorong karyawan untuk terus berkomitmen pada nilai-nilai etika.

6) Tanggung Jawab Sosial:

Memperluas program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk melibatkan lebih banyak karyawan dan memberikan dampak yang lebih besar kepada komunitas. Keterlibatan karyawan dalam kegiatan sosial membantu meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya etika dalam bisnis dan kehidupan sehari-hari. Program CSR yang aktif juga memperkuat hubungan antara UMKM dan komunitas, menciptakan lingkungan yang mendukung dan saling menguntungkan.

Pembahasan di atas menunjukkan bahwa Bubur Ayam Mang Jay telah menerapkan etika bisnis dengan baik, yang berdampak positif terhadap reputasi dan kinerja bisnis. Strategi untuk meningkatkan kesadaran etika bisnis mencakup pelatihan, komunikasi internal, keteladanan dari pimpinan, kebijakan yang jelas, penghargaan, dan tanggung jawab sosial. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, Bubur Ayam Mang Jay dapat terus memperkuat penerapan nilai-nilai etika, menciptakan lingkungan kerja yang lebih baik, dan meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Penerapan etika bisnis yang baik tidak hanya mendukung keberhasilan jangka pendek tetapi juga keberlanjutan usaha jangka panjang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengkaji penerapan etika bisnis di UMKM Bubur Ayam Mang Jay, dengan menggunakan metode wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bubur Ayam Mang Jay telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis seperti kejujuran, integritas, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi dalam operasional sehari-hari. Penerapan etika bisnis yang konsisten ini memberikan dampak positif terhadap reputasi dan kinerja bisnis, serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi praktik bisnis dan kebijakan. Yang pertama UMKM lain dapat mencontoh Bubur Ayam Mang Jay dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis untuk membangun reputasi yang baik dan meningkatkan kinerja bisnis. Kedua, penting bagi UMKM untuk menyediakan pelatihan dan edukasi berkelanjutan bagi karyawan mengenai etika bisnis. Ketiga, UMKM perlu mengembangkan kebijakan dan prosedur yang jelas terkait etika bisnis, termasuk panduan tentang perilaku yang diharapkan dan mekanisme penanganan pelanggaran etika. Keempat, UMKM harus mempertimbangkan untuk mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang lebih luas.

Penelitian ini juga memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan membandingkan penerapan etika bisnis di berbagai jenis UMKM dan sektor industri yang berbeda. Kedua, penelitian longitudinal dapat dilakukan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari penerapan etika bisnis terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM. Ketiga, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan etika bisnis di UMKM, termasuk faktor internal seperti budaya organisasi dan kepemimpinan, serta faktor eksternal seperti regulasi dan persaingan pasar. Keempat, penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian lanjutan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai penerapan dan dampak etika bisnis. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan

kontribusi yang lebih besar terhadap pemahaman dan penerapan etika bisnis di UMKM, serta mendukung perkembangan usaha kecil dan menengah yang lebih berkelanjutan dan etis.

DAFTAR PUSTAKA

- Masykuroh, Nihayatul (2020), *Etika Bisnis Islam*, Banten:2020
- Ismaeel, M., & Blaim, K. (2012). Toward applied Islamic business ethics: responsible halal business. *Journal of Management Development*.
- Afridayani, Cahyani, Y., & Sopiya, M. (2020). *Komunikasi bisnis* (S. N. Nazar (ed.); Issue 1).
- Amelia, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 305–313.
- Anas, M. (2008). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Kontek Produsen dan Konsumen. 8, 50–65.
- Andjarwati, A. L., & Budiadi, S. (2008). Etika Bisnis Dan Perilaku Etis Manajer Pengaruhnya Terhadap Tanggung Jawab Perusahaan Pada Lingkungan Sosial. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(031), 1–13.
- Desky, H. (2014). Pengaruh etos kerja islami dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan rumah makan ayam lepaas lhokseumawe. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 8(2), 459–478.
- Dr. Syah Amirul, M. S. (2021). *Etos Kerja dan Kepemimpinan Islam* (.MA Syofrianisda, S.Th.I (ed.)). CV. Azka Pustaka.
- Ernawan, E. R. (n.d.). *Tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility)*.
- Kristianti, P. L. (n.d.). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*.
- Muna, N., & Aslami, N. (2022). *DAN ETIKA BISNIS TERHADAP KONSUMEN E-COMMERCE (Studi Kasus Shopee Online Shop)*. 5, 19–21.
- Sofyan, S. H. (2011). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Salemba Empat.