

**PEMBENTUKAN BISNIS YANG BERETIKA MELALUI EDUKASI ETIKA BISNIS UNTUK  
PENGUSAHA UMKM WARUNG MAKAN NASI GORENG**

Winda Sapitri<sup>1)</sup>, Diandra Sofia Aristha<sup>2)</sup>, Agam Aditya Saputra<sup>3)</sup>, Afta Hudzaiva<sup>4)</sup>,  
Hijjatul Hasanah<sup>5)</sup>

1), 2), 3), 4), 5) Universitas Bumigora

E-Mail:

[windasaaa10@gmail.com](mailto:windasaaa10@gmail.com)<sup>1)</sup>, [diandrasofia9@gmail.com](mailto:diandrasofia9@gmail.com)<sup>2)</sup>, [agamadityasaputra11@gmail.com](mailto:agamadityasaputra11@gmail.com)<sup>3)</sup>,  
[aftahudzaiva678@gmail.com](mailto:aftahudzaiva678@gmail.com)<sup>4)</sup>, [hijatulhasanah@gmail.com](mailto:hijatulhasanah@gmail.com)<sup>5)</sup>

**Submitted:**

01-12-2023

**Accepted:**

15-01-2024

**Published:**

17-01-2024

**ABSTRAK**

Artikel ini menyajikan hasil observasi terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berupa warung makan nasi goreng. Melalui pengamatan langsung, ditemukan bahwa warung tersebut belum memahami tentang etika dalam berbisnis namun setelah diberi edukasi tentang etika berbisnis, mereka menerapkan strategi pemasaran yang kreatif, seperti penggunaan media sosial untuk meningkatkan visibilitas. Selain itu, aspek kebersihan, pelayanan, dan variasi menu menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan. Observasi edukasi ini memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UMKM dalam industri kuliner. Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan pendekatan Asset Based Communities Development (ABCD). Implikasi dari kegiatan ini dapat membantu mengarahkan upaya pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan beretika dalam industri Nasi Goreng serta sektor-sektor bisnis lainnya.

**Kata kunci:** UMKM; edukasi; industri kuliner

**ABSTRACT**

*This article presents the results of observations of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the form of fried rice food stalls. Through direct observation, it was discovered that the shop did not understand business ethics, but after being educated about business ethics, they implemented creative marketing strategies, such as using social media to increase visibility. Apart from that, aspects of cleanliness, service and menu variations are important factors in attracting customers. This educational observation provides in-depth insight into the factors that influence the success of MSMEs in the culinary industry. This activity was carried out using the Asset Based Communities Development (ABCD) approach. The implications of this activity can help direct efforts to develop sustainable and ethical MSMEs in the Fried Rice industry and other business sectors.*

**Key words:** MSMEs; education; culinary industry.

**Corresponding**

**Author:**

Winda Sapitri

**PENDAHULUAN**

Warung pedagang kaki lima yang dikenal sebagai warung makan nasi goreng Mas Totok merupakan salah satu usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang barang ekonomi, yaitu dengan menjual makanan dan minuman. Warung ini berlokasi di jalan Meninting Raya Kelurahan Pagesangan Barat Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Warung tersebut telah berdiri sejak tahun 1993 di Malang, namun baru memulai penjualannya di Mataram pada tahun 1996 hingga sekarang. Warung ini menjadi tempat yang ramai karena banyak dikunjungi konsumen dengan harga makanan sekitar Rp.15.000,00 dan

minuman Rp. 4.000,00 yang membuat makanan dan minuman ini terjangkau untuk kalangan masyarakat serta membuat tempat ini menjadi tongkrongan untuk anak muda, salah satu sosok pemilik usaha ini yang berperan dalam penjualan nasi goreng ini yaitu Mas Totok, seorang laki-laki yang berusia 41 tahun.



**Gambar 1.** Lokasi UMKM

Saat memulai merintis usaha penjualan nasi goreng ini beliau berkerja bersama saudara kembarannya, lalu saat penjualan mulai ramai beliau dengan saudara kembarnya mulai mencari pegawai untuk membantu penjualannya. Cara beliau mengatur waktu kerja dengan pegawainya sesuai dengan jadwal yang ia tentukan sehingga penjualan terus meningkat namun saat sudah waktunya untuk libur karena tanggal merah beliau memberi istirahat atau liburan untuk para pegawainya. Sehingga pegawainya pun senang berkerja bersama beliau karena beliau dinilai adil dalam membagi waktu & mendapatkan gaji yang sesuai untuk memenuhi kehidupan. Saat awal beliau merintis usaha menjual nasi goreng ia mencoba membuka usahanya bersama saudaranya di lokasi sekitar punia, lalu saat mencoba berjualan disana hanya ada satu warung yang menjadi saingan penjualan makanan tersebut yaitu lalapan dan tempatnya pun masi sepi konsumen.

Warung nasi goreng Mas Totok mulai merintis usaha nya dan mulai berkembang dan banyak konsumen yang ingin mencoba nasi goreng khas malang tersebut. Hingga akhirnya beliau terpikirkan untuk membuka cabang baru lagi untuk berjualan yaitu di meninting raya dengan cara saudara laki-lakinya mengambil alih bagian penjualan nasi goreng di punia sedangkan mas Totok mengambil bagian di lokasi meninting raya. Namun tidak sangka pada tahun 2020 terjadi wabah virus Covid-19 yang membuat penjualan warung ini menjadi turun karena sepi pengunjung, tetapi beliau tidak patah semangat walaupun harus tutup sementara beliau membuka kembali warung tersebut saat virus Covid-19 mulai menurun. Sejak saat itu penjualan nasi goreng mengalami peningkatan kembali karena berkat kerja kerasnya beliau mendapatkan keuntungan yang cukup signifikan setelah virus Covid-19 ini menghilang.



**Gambar 2.** Observasi Tim Pengabdian

Tim pengabdian melaksanakan kunjungan ke salah satu UMKM yang terletak di jalan meninting raya Kelurahan Pagesangan Barat Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. UMKM ini berfokus pada penjualan Nasi Goreng dengan pemilik usaha yang dikenal dengan nama Mas Totok. Tim disambut dengan ramah oleh Mas Totok saat tim tiba di tempat tersebut. Selama berinteraksi, kami meluangkan waktu untuk berbicara mengenai etika bisnis dengan Mas Totok. Ternyata, Mas Totok kurang dalam memahami mengenai konsep etika bisnis, namun terdapat beberapa pertanyaan yang masih belum begitu jelas bagi beliau.

Kami melakukan *pre-test* untuk mengukur pemahaman Mas Totok tentang etika bisnis. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek etika bisnis yang belum dipahami sepenuhnya oleh Mas Totok. Sebagai hasil dari analisis ini, kami merasa tertarik untuk memberikan edukasi lebih lanjut kepada Mas Totok sebagai pemilik usaha. Hal ini bertujuan untuk memperkuat pemahamannya tentang etika bisnis dan membantu meningkatkan kualitas operasi bisnisnya. Berdasarkan observasi diatas, maka tujuan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan pengetahuan dan cara pandang pelaku UMKM dalam penerapan etika bisnis.
- 2) Dapat memberi inovasi dan kreativitas bagi pelaku UMKM dalam berjualan.

## **METODE**

Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan pendekatan Asset Based Communities Development (ABCD). Asset Based Communities Development (ABCD) adalah model pendekatan yang berfokus pada pengembangan masyarakat yang dipandang mendukung pada kegiatan pemberdayaan masyarakat (Ahmad, 2007). Ada enam tahap dalam ABCD yaitu preparing, participatory program, asset reinventing, designing, implementing dan evaluating. Kegiatan yang dilakukan pada tanggal 28 Desember 2023 ini merupakan kolaborasi antara Dosen Universitas Bumigora dengan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bumigora.

Tahapan pengabdian kepada masyarakat melibatkan serangkaian proses yang dimulai dengan persiapan, di mana tujuan dan ruang lingkup kegiatan ditetapkan. Langkah berikutnya adalah program partisipatif, yang melibatkan kolaborasi dengan masyarakat untuk memahami kebutuhan dan merancang program yang sesuai. Asset reinventing mengacu pada pengelolaan kembali sumber daya yang ada, termasuk memanfaatkan potensi lokal dan memperkuat aset masyarakat. Proses desain melibatkan pengembangan rencana konkret untuk melaksanakan program dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti budaya lokal dan keberlanjutan.

Implementasi mencakup pelaksanaan rencana tersebut dengan melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat. Evaluasi akhirnya dilakukan untuk mengevaluasi dampak dan keberhasilan kegiatan, serta untuk mengidentifikasi peluang perbaikan di masa mendatang. Keseluruhan tahapan ini menciptakan pendekatan holistik dalam pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan partisipasi, keberlanjutan, dan pemanfaatan potensi lokal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil kegiatan ini tergambar dari proses edukasi yang dilakukan oleh Tim terhadap UMKM mitra. Edukasi dilakukan secara langsung dan melibatkan pengelola UMKM. Proses edukasi ini telah disusun sedemikian rupa dan berdasarkan tahapan ABCD.



**Gambar 3.** Edukasi Etika Bisnis

Berikut adalah penjelasan mengenai kegiatan edukasi etika bisnis yang dilakukan tim pengabdian kepada pemilik *UMKM Warung Makan Nasi Goreng*:

1. Edukasi pertama mengenai **“Apa yang dimaksud Etika Bisnis”**

Tim pengabdian memberikan edukasi bahwa etika dalam berbisnis adalah sebuah konsep yang sangat penting untuk diterapkan oleh setiap individu ataupun perusahaan dalam menjalankan bisnis. Etika dalam berbisnis adalah sebuah nilai-nilai moral yang harus dipegang teguh dalam menjalankan bisnis, seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial. Secara umum, Mas Totok sebagai pemilik usaha warung nasi goreng belum memiliki pemahaman yang baik tentang maksud dari etika bisnis dan belum berhasil mengaplikasikannya dalam operasional harian usahanya. Beliau menyatakan, "Saya belum memahami penjelasan tentang etika bisnis" kami pun menjelaskan secara rinci tentang apa yang dimaksud etika bisnis dan setelah beliau mendengarkan tentang penjelasan tersebut beliau mengerti tentang apa itu etika bisnis dan akan menerapkan di usahanya.

2. Edukasi ke-dua mengenai **“Tujuan Etika Bisnis”**

Tim pengabdian menjelaskan bahwa tujuan dari adanya etika bisnis adalah untuk menjalankan dan menciptakan sebuah bisnis seadil mungkin serta menyesuaikan hukum yang sudah dibuat. Pertanyaan ke-dua yang kami sampaikan kepada Mas Totok mengenai

tujuan dari etika bisnis, kemudian beliau pun belum memahami konsep dari tujuan etika berbisnis. Seperti biasa kami menjelaskan kembali tentang apa itu tujuan etika berbisnis lalu beliau mendengarkan dengan baik.

3. Edukasi ke-tiga mengenai **“Fungsi Etika Bisnis”**

Tim pengabdian menjelaskan bahwa fungsi utama etika bisnis adalah membimbing perilaku dan keputusan dalam bisnis agar sesuai dengan nilai-nilai moral dan standar etika yang diakui, menciptakan lingkungan bisnis yang adil, terpercaya, dan berkelanjutan. Dalam hal ini Mas Totok belum terlalu paham dengan tujuan dari etika bisnis. Kami pun memberikan edukasi lebih lanjut dan menjelaskan secara rinci kepada Mas Totok dan beliau pun mendengarkannya dengan baik. Beliau mengaku akan mencoba menerapkan etika bisnisnya kepada karyawannya dan dirinya agar usahanya berjalan dengan lancar.

4. Edukasi ke-empat mengenai **“Siapa Mitra Bisnis”**

Tim pengabdian menjelaskan bahwa mitra bisnis adalah pihak atau entitas lain yang bekerja sama atau menjalin kemitraan dengan suatu perusahaan atau individu dalam rangka mencapai tujuan bisnis yang saling menguntungkan. Mitra bisnis dapat melibatkan berbagai jenis hubungan dan kolaborasi, termasuk pemasok, distributor, pemasaran bersama, investasi, dan lebih banyak. Mas Totok memahami apa itu mitra bisnis namun tidak dapat menyebutkan mitra bisnisnya dengan pemasok, distributor, afiliasi, pelanggan karena beliau mengatakan tidak memiliki mitra bisnis tetap di usahanya tersebut.

5. Edukasi ke-lima mengenai **“Siapa Pesaing Bisnis”**

Tim pengabdian menjelaskan bahwa pesaing bisnis adalah perusahaan atau entitas lain yang beroperasi dalam industri yang sama atau sejenis dan bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar yang sama. Mereka mencoba menarik pelanggan yang sama dengan produk atau layanan serupa, dan persaingan ini dapat melibatkan harga, kualitas, inovasi, atau berbagai faktor lainnya. Pemahaman tentang pesaing bisnis sangat penting dalam perencanaan strategis dan pengambilan keputusan bisnis. Mas Totok mengungkapkan bahwa dalam bisnisnya terdapat beberapa pesaing, Mas Totok pun memutuskan untuk memulai usahanya pada jam 18.00. Langkah ini memungkinkan Mas Totok memberikan kesempatan untuk para pedagang yg lain untuk membuka usahanya lebih awal sebagai bentuk etika bisnis yang diterapkan.

6. Edukasi ke-enam mengenai **“Arti Penting Etika Bisnis”**

Tim pengabdian menjelaskan bahwa arti penting etika bisnis adalah nilai dan prinsip-prinsip moral yang diaplikasikan dalam keputusan dan tindakan bisnis. Etika bisnis memiliki peran sentral dalam menjaga integritas, menjalankan praktik yang adil, dan menciptakan dampak positif terhadap semua pihak yang terlibat, termasuk perusahaan, pelanggan, karyawan, dan masyarakat. Etika bisnis juga berkontribusi pada pembangunan kepercayaan, reputasi, dan hubungan jangka panjang dalam dunia bisnis. Pertanyaan berikutnya mengenai arti penting etika bisnis juga tidak dapat di jawab oleh Mas Totok dan kami pun memberikan edukasi lebih lanjut dan menjelaskan secara rinci kepada Mas Totok. Beliau pun mendengarkannya dengan baik dan akan mencoba untuk menerapkan prinsip pentingnya etika berbisnis.

7. Edukasi ke-tujuh mengenai **“Pentingnya Mengenalkan Usaha ke Masyarakat”**

Tim pengabdian menjelaskan mengenalkan usaha ke masyarakat penting karena membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang produk atau layanan yang ditawarkan, membangun *brand awareness*, meningkatkan penjualan, memperluas pasar, memenangkan kepercayaan pelanggan, dan membangun dukungan serta hubungan yang positif dalam komunitas. Hal ini juga membantu mengatasi persaingan, mempromosikan inovasi, dan

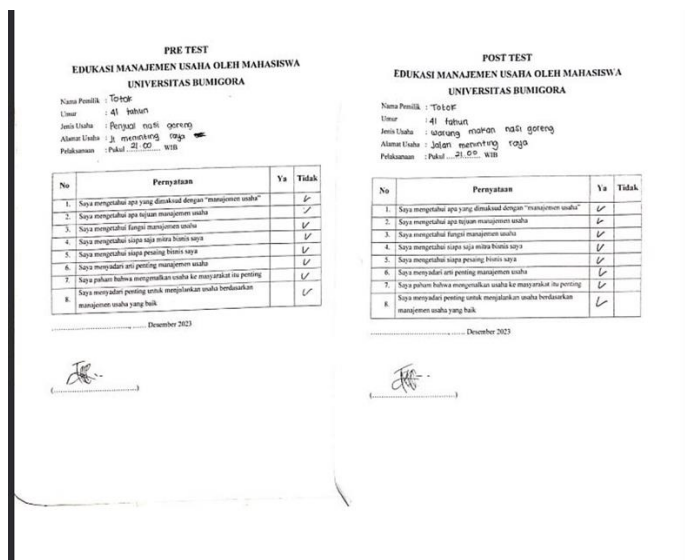
memberikan dampak ekonomi positif terhadap lingkungan lokal. Dalam hal ini Mas Totok masih bingung bagaimana cara mengenalkan usahanya ke masyarakat karena dia belum pernah melakukan hal itu. Kami pun memberikan edukasi dan memberikan gambaran untuk mengenalkan usaha ke masyarakat, salah satunya melalui *Digital Marketing* melalui platform Instagram, Facebook, Tiktok, dll.

8. Edukasi ke-delapan mengenai **“Pentingnya Menjalankan Usaha Berdasarkan Etika Bisnis”**

Tim pengabdian menjelaskan bahwa etika bisnis penting dalam usaha karena akan membimbing keputusan dan tindakan yang moral dan adil, membangun reputasi positif, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan mitra bisnis, menghindari pelanggaran hukum, serta mendukung keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Semua faktor ini berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang dan dampak positif terhadap masyarakat. Melihat dari tanggapan terakhir Mas Totok, tampak bahwa beliau belum memiliki pemahaman mengenai pentingnya etika bisnis dalam operasional usahanya. Kami Pun memberikan edukasi lebih lanjut dan menjejaskan secara rinci kepada Mas Totok dan beliau pun mendengarkannya dengan baik.

**Pembahasan**

Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan pemahaman etika bisnis pada pemilik UMKM Nasi Goreng setelah menerima edukasi. Sebelum edukasi, owner UMKM memiliki pemahaman yang terbatas tentang konsep etika bisnis, namun setelah diberikan penjelasan edukasi, terjadi peningkatan dalam pemahaman mereka tentang pentingnya mengikuti prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang diakui dalam menjalankan bisnis Nasi Goreng.



Gambar 4. Pre Test dan Post Test

Tim pengabdian Kembali melakukan kunjungan satu bulan setelah edukasi, tim mencoba mengamati perubahan dalam perilaku bisnis setelah edukasi etika bisnis diberikan. Pemilik UMKM Nasi Goreng cenderung lebih memperhatikan praktik-praktik bisnis yang bertanggung jawab, seperti pengelolaan tempat usaha yang lebih bersih, perlakuan adil terhadap karyawan,

keterbukaan dalam transaksi bisnis, serta penjualan yang jujur. Hal ini mencerminkan bahwa edukasi etika bisnis mampu mempengaruhi perilaku bisnis dalam lingkungan UMKM Nasi Goreng. Hasil kegiatan ini memberikan pandangan yang lebih jelas tentang pentingnya edukasi etika bisnis dalam meningkatkan kesadaran dan praktik bisnis yang bertanggung jawab pada UMKM Nasi Goreng. Implikasi dari kegiatan ini dapat membantu mengarahkan upaya pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan beretika dalam industri Nasi Goreng serta sektor-sektor bisnis lainnya.

Dengan pemahaman tentang etika bisnis, pemilik UMKM dapat menghindari tindakan yang melanggar norma moral dan hukum, sehingga mengurangi risiko konflik dan sanksi hukum. Selain itu, pemilik UMKM dapat lebih sadar akan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis mereka, sehingga dapat berkontribusi pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Edukasi tentang etika bisnis juga membuka peluang untuk inovasi dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan, dengan fokus pada produk dan layanan yang lebih baik dan lebih bermanfaat bagi masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari kegiatan ini, bahwa memberikan edukasi kepada pemilik UMKM terkait pentingnya etika bisnis memiliki dampak positif yang signifikan. Edukasi tentang etika bisnis tidak hanya membangun pemahaman tentang nilai-nilai moral dalam berbisnis, tetapi juga membantu membentuk sikap dan perilaku yang jujur, adil, dan bertanggung jawab (Hidayatullah, 2012; Hotimah, 2020). Hal ini perlu dievaluasi secara berkelanjutan (Samari, 2020). Etika bisnis juga memiliki manfaat berkelanjutan, termasuk dalam membangun reputasi positif, memenangkan kepercayaan pelanggan, meningkatkan pengetahuan tentang praktik bisnis yang lebih efisien dan berkelanjutan, peningkatan pendapatan, peningkatan keterampilan, dan pertumbuhan usaha yang baik.

Pemilik UMKM yang memiliki pemahaman tentang etika bisnis juga lebih mampu mengatasi tantangan bisnis dengan cara yang adil dan beretika (Taufik, 2023). Dengan demikian, memberikan edukasi kepada pemilik UMKM terkait pentingnya etika bisnis bukan hanya menguntungkan bagi usaha mereka sendiri, tetapi juga memiliki dampak positif yang lebih luas terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar mereka. Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan beragam, etika bisnis menjadi landasan penting untuk menciptakan keberhasilan yang berkelanjutan dan berdampak positif.

UMKM warung makan nasi goreng harus menerapkan etika bisnis secara konsisten, hal ini dapat membangun reputasi yang positif karena sebenarnya UMKM ini sudah unggul dengan memiliki kualitas bahan baku yang bagus, kebersihan, harga penjualan yang terjangkau, kesejahteraan karyawan, inovasi dan kreativitas. Memperkuat hubungan dengan pelanggan akan berkontribusi pada pertumbuhan berkelanjutan dalam berbisnis.

## **REFERENSI**

Ahmad, M. (2007). Asset Based Communities Development (ABCD): Tipologi KKN Partisipatif UIN Sunan Kalijaga Studi Kasus Pelaksanaan KKN ke-61 di Dusun Ngreco Surocolo, Selohardjo, Pundong, Bantul tahun Akademik 2007. *Aplikasia*, VIII(2), 104–113.

- Hidayatulloh, H. (2012). Etika bisnis dalam prespektif Al-Qur'an: Upaya membangun bisnis yang Islami untuk menghadapi tantangan bisnis di masa depan. *Prosiding Seminas Competitive Advantage*, 1(2).
- Hotimah, H. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Dan Nilai Perusahaan Pt Axa Mandiri Financial Services. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 570-580.
- Samari, W. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 552-559.
- Taufik, M., Jati, L. J., & Yulistia, H. (2023). Pembentukan Bisnis Yang Beretika Melalui Edukasi Etika Bisnis Untuk Pengusaha Umkm Thrift Shop Karang Sukun. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 1(5), 50-60.