

**PEMBENTUKAN BISNIS YANG BERETIKA MELALUI EDUKASI ETIKA BISNIS  
UNTUK PENGUSAHA UMKM *THRIFT SHOP* KARANG SUKUN**

**Muhammad Taufik<sup>1\*</sup>, L. Jatmiko Jati<sup>1 2</sup>, Harfina Yulistia**

<sup>1</sup>Universitas Bumigora

\* *m.taufik@universitasbumigora.ac.id*

**Abstrak**

*Thrift Shop Karang Sukun atau yang lebih dikenal dengan sebutan Pasar Rombeng, merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam industri fashion dengan khusus menjual baju bekas. Edukasi etika bisnis bagi UMKM memiliki peran penting dalam membentuk perilaku yang jujur, adil, dan bertanggung jawab dalam menjalankan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan bisnis yang beretika melalui edukasi etika bisnis untuk pengusaha UMKM Thrift Shop Karang Sukun. Dan penelitian ini juga mengamati perubahan dalam perilaku bisnis setelah edukasi etika bisnis diberikan. Hasil penelitian ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan pemahaman etika bisnis di antara pemilik UMKM baju bekas setelah menerima edukasi. Selain itu, edukasi etika bisnis mampu mempengaruhi perilaku bisnis dalam lingkungan UMKM baju bekas. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengusaha UMKM, khususnya thrif shop Karang Sukun.*

*Kata kunci;Bisnis, Etika Bisnis, dan Umkm*

## Abstract

Thrift Shop Karang Sukun is well known as Pasar Rombengan. It is one of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) that operates in the fashion industry specifically selling used clothes. Business ethics education for MSMEs has an important role in forming honest, fair and responsible behavior in running a business. This research aims to promote ethical business through business ethics education for Karang Sukun Thrift Shop MSME entrepreneurs. And this research also observed changes in business behavior after business ethics education was provided. This research shows a significant increase in knowledge and understanding of business ethics among second-hand clothing MSME owners after receiving education. Apart from that, business ethics education can influence business behavior in the used clothing MSME environment. It is hoped that this research will be useful for MSME entrepreneurs, especially Karang Sukun thrift shop.

Keywords; Business, Business Ethics, and Umkm.

## Pendahuluan

*Thrift Shop* Karang Sukun atau yang lebih dikenal dengan sebutan Pasar Rombeng, merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam industri *fashion* dengan khusus menjual baju bekas. Pasar Rombeng ini berlokasi di pasar karang sukun, Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Pasar Karang Sukun ini telah berdiri sejak tahun 2014 dan menjadi langganan bagi pecinta *fashion* unik dengan harga yang terjangkau. Salah satu sosok pemilik usaha yang berperan di dalamnya adalah Ibu Maya, seorang wanita

berusia 50 tahun. Pada tahun 2014, awalnya ibu Maya mencoba membeli pakaian bekas untuk pemakaian pribadi saja. Namun, ditahun 2015, terlintas dibenak ibu Maya untuk membuat usaha dengan menjual pakaian bekas secara keliling. Ibu Maya menjual pakaian di sekitar Pantai Senggigi, dan bisnis ini ternyata menghasilkan keuntungan yang cukup signifikan.

Tahun 2020, Bu Maya memutuskan untuk mencari lahan tempat berjualan. Akhirnya, ia berhasil mendapatkan lahan di Pasar Rombeng Karang Sukun. Bu Maya memulai bisnisnya dari toko yang sederhana, dan hingga saat ini usahanya terus berjalan dengan lancar. Bisnis Bu Maya semakin dikenal banyak orang karena memiliki ciri khas yaitu cara berjualannya yang bersemangat. Setelah Bu Maya sukses dengan usaha baju bekasnya, beberapa orang mengikuti jejak Bu Maya karna tergiur keuntungan dan keberhasilan yang berhasil diraih Bu Maya. Beberapa orang kemudian mencoba peruntungannya dengan ikut menjual baju bekas di Pasar Karang Sukun. Bu Maya tidak keebabatan meski dia sekarang memiliki banyak pesaing di lokasi usaha yang sama.

Bu Maya selaku perintis usaha baju bekas yang sekarang menjadi besar lalu bertanggungjawab menjadi ketua perserikatan pedagang baju bekas di Pasar Karang Sukun. Bu Maya melihat perkembangan bisnis baju bekas dari waktu ke waktu. Perubahan yang terjadi adalah jika dulu orang yang berjualan baju bekas di sana hanyalah warga sekitar Pasar Karang Sukun, maka saat ini pedagang baju bekas berdatangan dari berbagai pelosok Pulau Lombok untuk mengadu nasib di Pasar Karang Sukun dengan berjualan baju bekas.

Bu Maya melihat adanya permasalahan yang mulai timbul diantara pedagang baju bekas. Pedagang yang berasal dari berbagai daerah tentu akan memiliki karakteristik pribadi yang berbeda pula. Tidak adanya ikatan darah sebagai

keluarga maupun kerabat membuat loyalitas antar pedagang berada pada tingkat yang rendah. Pada beberapa kesempatan, Bu Maya menemukan beberapa pedagang menjual baju bekas di bawah harga standar yang disepakati pedagang di sana. Artinya beberapa pedagang sudah mulai tidak mematuhi persetujuan perserikatan pedagang baju bekas yang hadir untuk menjadi wadah pedagang dalam berkembang bersama.

Bu Maya kemudian menghubungi tim untuk meminta bantuan terkait permasalahan yang di hadapi. Bu Maya merasa perlu untuk mendapatkan edukasi terkait etika bisnis agar dia bisa mempengaruhi dan mengedukasi rekan-rekan pebisnisnya. Bu Maya adalah orang yang pasti didengar oleh rekan-rekan bisnisnya, namun Bu Maya merasa belum percaya diri untuk memberi edukasi kepada rekan-rekan bisnisnya karna Bu Maya merasa belum memiliki pengetahuan serta wawasan terkait etika bisnis.

Bu Maya merasa harus dialah orang yang mengedukasi rekan-rekan bisnisnya karna rekan-rekannya pasti akan mendengarkan Bu Maya. Namun sebelum itu terjadi, Bu Maya harus belajar terlebih dahulu terkait etika bisnis dari para akademisi di bidang manajemen bisnis dan kewirausahaan. Oleh sebab itu, Bu Maya dan tim menyepakati untuk menggelar kegiatan edukasi etika bisnis dalam rangka menciptakan lingkungan bisnis yang lebih beretika untuk menghindari masalah-masalah etika bisnis yang mungkin saja terulang kembali.

Edukasi etika bisnis memiliki peran penting dalam membentuk perilaku yang jujur, adil, dan bertanggung jawab dalam menjalankan usaha. Bagi pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di industri pakaian atau baju, etika bisnis sangat relevan karena dapat membantu membangun reputasi yang baik, memenangkan

kepercayaan pelanggan, dan menjaga hubungan yang baik dengan pemasok, karyawan, dan komunitas (Kesuma, 2021).

## **Metodologi**

Etika bisnis memiliki peran penting dalam membentuk perilaku yang jujur, adil, dan bertanggung jawab dalam menjalankan usaha. Dengan adanya edukasi terkait etika bisnis para pengusaha dapat mengetahui tata cara berbisnis dengan baik dan benar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kami melakukan observasi awal ke salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terletak di Pasar Karang Sukun, Kota Mataram. UMKM ini berfokus pada penjualan pakaian bekas. Selama kunjungan ini, kami berkesempatan bertemu dengan pemilik usaha yang dikenal dengan nama Ibu Maya. Kami kemudian melakukan *pre-test* untuk mengukur pemahaman Ibu Maya tentang etika bisnis. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek etika bisnis yang belum dipahami sepenuhnya oleh Ibu Maya. Kami memberikan informasi terkait bagaimana etika bisnis yang baik dan benar. Setelah itu, kami melakukan *post-test* untuk mengkonfirmasi sejauh mana edukasi tentang etika bisnis yang telah kami sampaikan dipahami oleh Ibu Maya.

## **Hasil Kegiatan**

Pada tanggal 5 Agustus 2023, kami melaksanakan kunjungan ke salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terletak di Pasar Karang Sukun, Kota

Mataram. UMKM ini berfokus pada penjualan pakaian bekas. Selama kunjungan ini, kami berkesempatan bertemu dengan pemilik usaha yang dikenal dengan nama Ibu Maya. Kami disambut dengan ramah oleh ibu maya saat kami tiba di tempat tersebut. Selama interaksi kami, kami meluangkan waktu untuk berbicara mengenai etika bisnis dengan Ibu Maya. Ternyata, Ibu Maya memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai konsep etika bisnis, namun terdapat beberapa pertanyaan yang masih belum begitu jelas bagi beliau.

Kami melakukan *pre-test* untuk mengukur pemahaman Ibu Maya tentang etika bisnis. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek etika bisnis yang belum dipahami sepenuhnya oleh Ibu Maya. Sebagai hasil dari analisis ini, kami merasa tertarik untuk memberikan edukasi lebih lanjut kepada Ibu Maya sebagai pemilik usaha. Hal ini bertujuan untuk memperkuat pemahamannya tentang etika bisnis dan membantu meningkatkan kualitas operasi bisnisnya.



***Gambar 1: Ketika Mahasiswa Memberi Edukasi Kepada Pemilik UMKM***

Berikut adalah penjelasan mengenai pertanyaan edukasi etika bisnis ketika wawancara kepada pemilik UMKM *Threft Shop* Karang Sukun :

**1. Point pertama *Pre Test* mengenai "apa yang dimaksud Etika Bisnis"**

Etika bisnis merujuk pada seperangkat prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur perilaku dan tindakan dalam lingkungan bisnis. Ini melibatkan pertimbangan tentang apa yang dianggap benar dan salah dalam konteks interaksi bisnis, termasuk hubungan dengan pelanggan, rekan bisnis, karyawan, pemasok, dan masyarakat secara umum. Ibu Maya, sebagai pemilik Usaha *Thrift Shop*, telah memiliki pemahaman yang cukup baik tentang maksud dari etika bisnis dan telah berhasil mengaplikasikannya dalam operasional harian usahanya. Beliau menyatakan, "Saya telah memahami dan menerapkan hal tersebut dalam setiap aspek usaha saya."

## **2. Point ke-dua *Pre Test* mengenai "Tujuan Etika Bisnis"**

Tujuan utama dari etika bisnis adalah untuk membimbing perilaku dan tindakan dalam lingkungan bisnis agar sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang diakui secara umum (Sinuor, 2010). Pertanyaan ke-dua yang kami sampaikan kepada Ibu Maya mengenai tujuan dari etika bisnis, kemudian beliau pun bisa menjelaskannya dengan benar.

## **3. Point ke-tiga *Pre Test* mengenai "Fungsi Etika Bisnis"**

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 Ibu Maya belum terlalu paham dengan tujuan dari etika bisnis. Kami pun memberikan edukasi lebih lanjut dan menjekaskan secara rinci kepada Ibu Maya dan beliau pun mendengarkannya dengan baik.

## **4. Point ke-empat *Pre Test* mengenai "Siapa Mitra Bisnis"**

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 lagi (Anwar, 2020). Dalam point yang ke-empat ini, Ibu Maya menjelaskan dengan baik dan menyebutkan mitra bisnisnya dengan pemasok, distributor, afiliasi, pelanggan, dll.

## **5. Point ke-lima *Pre Test* mengenai “Siapa Pesaing Bisnis”**

Pesaing bisnis adalah perusahaan atau entitas lain yang beroperasi dalam industri yang sama atau serupa dan bersaing dalam mencapai tujuan yang sama, seperti menarik pelanggan, meningkatkan pangsa pasar, atau mencapai keunggulan kompetitif. Pesaing bisnis dapat berasal dari berbagai latar belakang, skala, dan tingkat pasar, dan mereka bersaing untuk memenangkan konsumen, sumber daya, dan pangsa pasar (Lestari, 2019).

Ibu Maya mengungkapkan bahwa dalam bisnisnya, pesaing utamanya adalah para pedagang baju bekas di sekitar pasar yang sama. Namun, dengan cerdasnya, Ibu Maya memutuskan untuk memulai usahanya lebih pagi daripada pesaingnya, dengan tujuan menarik perhatian pelanggan yang datang ke pasar di pagi hari. Langkah ini memungkinkan toko Ibu Maya menjadi pilihan pertama bagi para pelanggan yang ingin berbelanja baju bekas, memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan.

## **6. Point ke-enam *Pre Test* mengenai “Arti Penting Etika Bisnis”**

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 bisa di jawab dengan tepat oleh Ibu Maya dan kami pu puas dengan jawaban yang diberikannya.

## **7. Point ke-tujuh *Pre Test* mengenai “Pentingnya Mengenalkan Usaha ke Masyarakat”**

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 (Sekti & Astuti, 2022).

Dalam hal ini Ibu Maya 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* yaitu Instagram, Facebook, Tiktok, Shopee, dll.

## **8. Point ke-delapan *Pre Test* mengenai “Pentingnya Menjalankan Usaha Berdasarkan Etika Bisnis”**

Etika bisnis penting dalam usaha karena 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 Ibu Maya, tampak bahwa beliau sudah memiliki pemahaman mengenai pentingnya etika bisnis dalam operasional usahanya. Namun, kami juga telah menambahkan penjelasan atas jawaban Ibu Maya karena menurut kami jawaban tersebut masih bersifat universal, dan kami pun memberikan tambahan edukasi kepada beliau. Dengan demikian, diskusi mengenai etika bisnis telah berhasil kami selesaikan.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan pemahaman etika bisnis di antara pemilik UMKM baju bekas setelah menerima edukasi. Sebelum edukasi, mayoritas responden memiliki pemahaman yang terbatas tentang konsep etika bisnis, namun setelah edukasi, terjadi peningkatan yang nyata dalam pemahaman mereka tentang pentingnya mengikuti prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang diakui dalam menjalankan bisnis baju bekas.

Selain itu, penelitian ini juga mengamati perubahan dalam perilaku bisnis setelah edukasi etika bisnis diberikan. Para pemilik UMKM baju bekas cenderung lebih memperhatikan praktik-praktik bisnis yang bertanggung jawab, seperti pengelolaan limbah, perlakuan adil terhadap karyawan, dan keterbukaan dalam transaksi bisnis. Hal ini mencerminkan bahwa edukasi etika bisnis mampu mempengaruhi perilaku bisnis dalam lingkungan UMKM baju bekas.

Hasil penelitian ini memberikan pandangan yang lebih jelas tentang pentingnya edukasi etika bisnis dalam meningkatkan kesadaran dan praktik bisnis yang

bertanggung jawab di kalangan UMKM baju bekas. Implikasi dari penelitian ini dapat membantu mengarahkan upaya pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan beretika dalam industri baju bekas serta sektor-sektor bisnis lainnya.

## **Kesimpulan**

Dalam kesimpulan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa memberikan edukasi kepada pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (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. Hal ini memiliki manfaat berkelanjutan, termasuk dalam membangun reputasi positif, memenangkan kepercayaan pelanggan, dan menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis. 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. Pemilik UMKM yang memiliki pemahaman tentang etika bisnis juga lebih mampu mengatasi tantangan bisnis dengan cara yang adil dan beretika.

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.

## Daftar Pustaka

Anwar, M. (2020). *Model Kemitraan Bisnis antar usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Sasanti Institute.

Kesuma, I. (2021). *Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Perilaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry.

Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.

Sekti, F., & Astuti, A. (2022). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Brand Equity: Survei pada Konsumen Angkringan Disini Aja Karanganyar. *Solidaritas*, 6(2).

Sinuor, Y. L. (2010). *Etika bisnis: pendekatan filsafat moral terhadap perilaku pebisnis kontemporer*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

LAMPIRAN PRE TEST DAN POST TEST

**PRE TEST**  
EDUKASI ETIKA BISNIS OLEH MAHASISWA  
UNIVERSITAS BUMIGORA

Nama : MAYA LOLITA . P  
Umur : 53 th  
Jenis Usaha : JUALAN Baju (UKOPK)  
Alamat Usaha : PASAR KR. SUSAH  
Pelaksanaan : pukul ...19:00..... WIB

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya mengetahui apa yang dimaksud dengan "etika bisnis"	✓	
2.	Saya mengetahui apa tujuan etika bisnis	✓	
3.	Saya mengetahui fungsi etika bisnis		✓
4.	Saya mengetahui siapa saja mitra bisnis saya	✓	
5.	Saya mengetahui siapa pesaing bisnis saya	✓	
6.	Saya menyadari arti penting etika bisnis	✓	
7.	Saya paham bahwa mengenalkan usaha ke masyarakat itu penting		✓
8.	Saya menyadari penting untuk menjalankan usaha berdasarkan etika bisnis		✓

..... Sabtu, 5 Agustus 2023

*Maya Lolita P.*  
(..... Maya Lolita P. ....)

Gambar 2.1: Pre Test yang diberikan oleh mahasiswa

**POST TEST**  
EDUKASI ETIKA BISNIS OLEH MAHASISWA  
UNIVERSITAS BUMIGORA

Nama : MAYA LOLITA P  
Umur : 53 th  
Jenis Usaha : BUKA USHA PAKSIAN BEKAS  
Alamat Usaha : PASAR KR. GELUNG  
Pelaksanaan : pukul 19.00..... WIB

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya mengetahui apa yang dimaksud dengan "etika bisnis"	✓	
2.	Saya mengetahui apa tujuan etika bisnis	✓	
3.	Saya mengetahui fungsi etika bisnis	✓	
4.	Saya mengetahui siapa saja mitra bisnis saya	✓	
5.	Saya mengetahui siapa pesaing bisnis saya	✓	
6.	Saya menyadari arti penting etika bisnis	✓	
7.	Saya paham bahwa mengenalkan usaha ke masyarakat itu penting	✓	
8.	Saya menyadari penting untuk menjalankan usaha berdasarkan etika bisnis	✓	

..... Sabtu, 5 Agustus 2023

*Maya Lolita P.*  
(..... Maya Lolita P. ....)

Gambar 1.2: Post Test yang diberikan mahasiswa

**DOKUMENTASI KEGIATAN**



*Gambar 3.1: ketika memberika edukasi kepada pemilik UMKM*



*Gambar 3.2: ketika pemilik UMKM mengisi pre test*



*Gambar 3.3: Foto bersama mahasiswa dan pemilik UMKM*



*Gambar 3.4: Foto tim kelompok 5*