



Penguatan Etika Rantai Pasok dan Tanggung Jawab Sosial melalui Pendampingan UMKM di Pasar Anyar Buleleng

¹Ni Luh Sinta Yani*, ²Putu Ananda Devi Nugraha, ³Noor Hasana Hakim, ⁴Rahmawati Sarizki Habie,

⁵Ngurah Bagus Widhia Kusuma Putra

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan

⁵Universitas Hasanuddin, Kota Makassar, Sulawesi Selatan

Email: niluhsintayani@unm.ac.id¹, putu.ananda@unm.ac.id², anahakim24@unm.ac.id³, rahmahabie@unm.ac.id⁴, ngurahbagus281@gmail.com⁵

*Corresponding author: niluhsintayani@unm.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendukung perekonomian daerah, termasuk di Pasar Anyar Buleleng sebagai pusat aktivitas perdagangan masyarakat. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan permasalahan terkait etika rantai pasok dan tanggung jawab sosial, seperti kurangnya transparansi harga, seleksi pemasok, pengendalian kualitas produk, serta pengelolaan lingkungan usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM mengenai penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial guna mendukung keberlanjutan usaha. Metode yang digunakan adalah Pendampingan Partisipatif berbasis *Participatory Action Research* (PAR) melalui tahapan observasi, diskusi, perumusan solusi, implementasi, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya pengelolaan rantai pasok yang lebih terstruktur, transparansi transaksi, serta kepedulian terhadap lingkungan dan hubungan sosial. Kegiatan ini berkontribusi dalam mendorong praktik usaha yang lebih etis dan berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, Etika Bisnis, Rantai Pasok, Tanggung Jawab Sosial, Pendampingan

ABTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting regional economic development, including in Pasar Anyar Buleleng as a center of community trade activities. However, in practice, several issues related to supply chain ethics and social responsibility are still found, such as lack of price transparency, supplier selection standards, product quality control, and environmental management. This community service program aims to enhance MSMEs' understanding and awareness of business ethics and social responsibility to support business sustainability. The method applied was participatory assistance based on Participatory Action Research (PAR), which included observation, participatory discussions, joint problem-solving, implementation, and evaluation. The results indicate an increased awareness among MSME actors regarding structured supply chain management, transaction transparency, and concern for environmental and social relationships. Overall, the program contributed to promoting more ethical and sustainable business practices.

Keywords: MSMEs, business ethics, supply chain, social responsibility, participatory assistance

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan Masyarakat (Agil Dzikrullah & Chasanah, 2024a; Muhamad Ramdan et al., 2024; Sholikin, 2024; Suci Ramadani et al., 2025). Keberadaan UMKM menjadi salah satu penggerak aktivitas ekonomi Masyarakat (Agil Dzikrullah & Chasanah, 2024b; Hemawan et al., 2024; Suprianti et al., 2024), khususnya di kawasan Pasar Anyar Buleleng. Pasar ini merupakan pusat kegiatan perdagangan yang melibatkan berbagai jenis pelaku usaha,

seperti pedagang sayuran, buah-buahan, aksesoris, perlengkapan ibadah, pakaian, serta kebutuhan masyarakat lainnya. Sebagian besar UMKM di Pasar Anyar Buleleng dikelola secara mandiri dan masih melibatkan anggota keluarga sebagai tenaga kerja utama. Namun, sistem pengelolaan usaha yang diterapkan umumnya masih bersifat sederhana, terutama dalam aspek pencatatan administrasi, pengelolaan hubungan dengan pemasok, pengawasan mutu barang, serta penerapan prinsip etika dalam rantai pasok.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pelaku UMKM di Pasar Anyar Buleleng masih menghadapi berbagai permasalahan yang berkaitan dengan etika bisnis, khususnya pada aspek rantai pasok dan tanggung jawab sosial. Beberapa pelaku usaha belum memiliki standar yang jelas dalam memilih pemasok, memastikan kualitas barang, serta memberikan informasi yang terbuka kepada konsumen mengenai harga, kualitas, dan spesifikasi produk. Selain itu, masih ditemukan keterbatasan pemahaman mengenai pentingnya tanggung jawab sosial dalam kegiatan usaha, seperti menjaga kebersihan lingkungan pasar, mengelola limbah usaha dengan baik, serta mengurangi penggunaan bahan kemasan yang kurang ramah lingkungan. Kondisi persaingan usaha yang semakin ketat juga berpotensi mendorong praktik bisnis yang kurang memperhatikan nilai kejujuran, keadilan, dan kepedulian sosial.

Penerapan etika dalam rantai pasok dan tanggung jawab sosial merupakan aspek penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM. Nilai-nilai seperti kejujuran, transparansi, tanggung jawab, keadilan, dan kepedulian terhadap lingkungan perlu ditanamkan dalam setiap aktivitas usaha (Hakim et al., 2024; Uswatun Hasanah et al., 2025). Penerapan prinsip-prinsip tersebut tidak hanya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat hubungan kerja sama antara pelaku UMKM dengan pemasok, pelanggan, serta masyarakat sekitar (Ilhamsyah et al., 2025a; Wahyuni et al., 2024). Dengan pengelolaan rantai pasok yang lebih tertata dan beretika, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, menjaga kualitas produk, serta membangun citra usaha yang positif dan berkelanjutan (Fauzan & Sudrajat, 2025; Gibral et al., 2022; Mansur et al., 2025; Masudin et al., 2025).

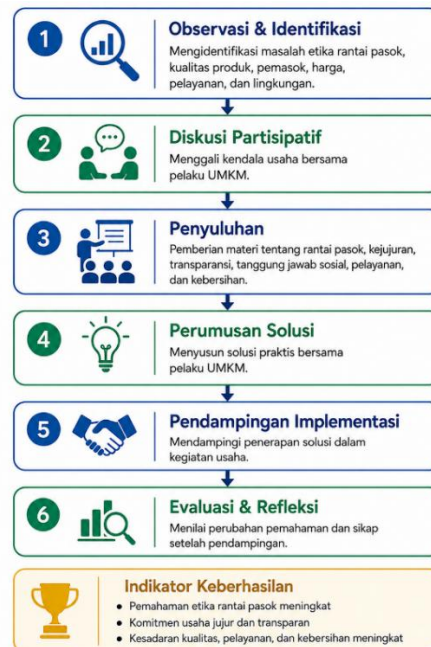
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pendampingan kepada pelaku UMKM di Pasar Anyar Buleleng. Kegiatan ini berfokus pada penguatan pemahaman dan penerapan etika rantai pasok serta tanggung jawab sosial dalam kegiatan usaha. Melalui kegiatan pendampingan ini, pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya memilih pemasok secara tepat, menjaga kualitas produk, menerapkan keterbukaan informasi kepada konsumen, serta membangun hubungan usaha yang adil dan bertanggung jawab. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, mengelola limbah usaha, dan menggunakan bahan kemasan yang lebih ramah lingkungan.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM di Pasar Anyar Buleleng mengenai prinsip-prinsip etika dalam rantai pasok dan tanggung jawab sosial. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mendorong pelaku usaha agar menerapkan nilai kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam proses pengadaan barang, penjualan, serta hubungan kerja sama dengan pemasok dan konsumen. Selain itu, kegiatan ini memberikan pendampingan dalam penyusunan sistem pengelolaan rantai pasok yang lebih tertata, termasuk dalam pemilihan pemasok dan pengendalian kualitas produk. Melalui kegiatan ini, diharapkan terbentuk komitmen bersama di antara pelaku UMKM untuk menciptakan iklim usaha yang beretika, bertanggung jawab sosial, serta berkelanjutan di Pasar Anyar Buleleng.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pendampingan partisipatif dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan ini menempatkan pelaku UMKM sebagai mitra aktif dalam proses identifikasi masalah, perumusan solusi, pelaksanaan tindakan, dan evaluasi kegiatan (Kindon et al., 2009). Kegiatan dilaksanakan di Pasar Anyar Buleleng pada tanggal 13 dan 21 Maret 2026 dengan melibatkan lima jenis UMKM, yaitu UMKM sayur, pakaian, sarana dan prasarana sembahyang, aksesoris, dan buah.

Tahapan kegiatan meliputi observasi dan identifikasi permasalahan, diskusi partisipatif, penyuluhan, perumusan solusi bersama, pendampingan implementasi, serta evaluasi dan refleksi (Khafsoh & Riani, 2024; Siswadi & Syaifuddin, 2024). Pada tahap observasi, tim mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan etika rantai pasok, kualitas produk, pemilihan pemasok, transparansi harga, pelayanan konsumen, serta tanggung jawab terhadap lingkungan. Selanjutnya, dilakukan diskusi bersama pelaku UMKM untuk menggalai kendala yang dihadapi dalam kegiatan usaha sehari-hari.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Pengabdian

Materi yang diberikan dalam kegiatan ini meliputi konsep rantai pasok UMKM, prinsip kejujuran, keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial, pelayanan konsumen, pengelolaan limbah, serta kebersihan lingkungan usaha. Setelah penyampaian materi, tim pengabdian bersama pelaku UMKM merumuskan solusi praktis berupa penerapan komitmen etika usaha, pemilihan pemasok yang lebih tepat, pemeriksaan kualitas produk, keterbukaan informasi kepada konsumen, dan peningkatan kepedulian terhadap kebersihan pasar.

Evaluasi dilakukan melalui pengamatan dan diskusi reflektif untuk mengetahui perubahan pemahaman dan sikap pelaku UMKM setelah kegiatan pendampingan. Indikator keberhasilan kegiatan dilihat dari meningkatnya pemahaman pelaku UMKM mengenai etika rantai pasok dan tanggung jawab sosial, adanya komitmen untuk menjalankan usaha secara jujur dan transparan, serta meningkatnya kesadaran dalam menjaga kualitas produk, pelayanan konsumen, dan kebersihan lingkungan pasar (Cahyaningrum et al., 2025; Ilhamsyah et al., 2025b; Palupi et al., 2026).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pendampingan penguatan etika rantai pasok dan tanggung jawab sosial pada UMKM di Pasar Anyar Buleleng dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi lapangan, sosialisasi dan edukasi, diskusi interaktif, pendampingan, serta evaluasi sederhana. Kegiatan ini melibatkan beberapa pelaku UMKM yang bergerak pada bidang usaha sayuran, pakaian, sarana dan prasarana sembahyang, aksesoris, serta buah-buahan.

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi langsung di lokasi usaha mitra. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pola rantai pasok yang dijalankan oleh pelaku UMKM, hubungan antara pedagang dengan pemasok, sistem pembelian barang, pengelolaan stok, serta bentuk tanggung jawab sosial yang selama ini telah diterapkan. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah menjalankan praktik tanggung jawab sosial secara sederhana, seperti membayar karcis kebersihan, iuran pasar, uang gedung, iuran kegiatan keagamaan, serta menjaga hubungan baik dengan sesama pedagang.

Kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya penerapan etika dalam rantai pasok. Materi yang diberikan mencakup kejujuran dalam transaksi, transparansi dalam penetapan harga, pemilihan pemasok yang berkualitas, pengawasan mutu produk, serta pentingnya membangun hubungan kerja sama yang adil dan saling menguntungkan dengan pemasok. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai tanggung jawab sosial UMKM, khususnya dalam menjaga kebersihan lingkungan pasar, mengelola limbah usaha, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, serta menjaga hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar.

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan diskusi interaktif dan tanya jawab. Pada tahap ini, pelaku UMKM menyampaikan berbagai pengalaman dan kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha, seperti fluktuasi harga barang, ketergantungan terhadap pemasok tertentu, persaingan usaha, perubahan tren produk, serta keterbatasan dalam pencatatan transaksi. Melalui diskusi tersebut, tim pengabdian bersama pelaku UMKM merumuskan beberapa solusi sederhana yang dapat diterapkan, seperti pencatatan pemasok, pemilihan supplier yang lebih selektif, pengelolaan stok, serta peningkatan kepedulian terhadap kebersihan dan kualitas produk.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

3.2 Respons UMKM dan Perubahan Setelah Pendampingan

Kegiatan pendampingan menunjukkan adanya respons positif dari para pelaku UMKM. Sebelum kegiatan dilakukan, sebagian besar pelaku usaha telah melaksanakan tanggung jawab sosial dalam bentuk kewajiban pasar dan kegiatan sosial. Namun, praktik tersebut umumnya masih dilakukan sebagai kebiasaan atau kewajiban rutin, belum sepenuhnya dipahami sebagai bagian dari etika usaha dan keberlanjutan bisnis. Setelah diberikan pendampingan, pelaku UMKM mulai memahami bahwa etika rantai pasok dan tanggung jawab sosial merupakan aspek penting dalam menjaga kepercayaan konsumen, memperkuat hubungan dengan pemasok, serta meningkatkan keberlanjutan usaha.

Tabel 1. Respon UMKM

Nama UMKM	Kondisi Sebelum Pendampingan	Perubahan Setelah Pendampingan
Toko Pak Komang	Toko telah melaksanakan tanggung jawab sosial melalui pembayaran	Pemilik mulai lebih selektif dalam memilih supplier dengan mempertimbangkan

Nama UMKM	Kondisi Sebelum Pendampingan	Perubahan Setelah Pendampingan
Ribek	karcis kebersihan, uang gedung, iuran kegiatan keagamaan, dan listrik. Rantai pasok dilakukan melalui pembelian dari pasar yang lebih besar, supplier, dan sales produk kemasan.	kualitas, harga, dan konsistensi pasokan. Selain itu, pemilik mulai memahami pentingnya pencatatan sederhana terhadap pemasok untuk menjaga transparansi transaksi dan mengurangi ketergantungan pada satu sumber pasokan.
Toko Putu Sudana	Toko menjalankan kewajiban sosial pasar serta memperoleh barang dari reseller di Denpasar, sales, dan pembelian online. Penjualan juga dilakukan secara online untuk mempercepat perputaran stok.	Pemilik mulai mempertimbangkan aspek etika dalam pembelian produk online, seperti memastikan kualitas, kelayakan, dan legalitas barang. Penjualan online juga mulai diarahkan agar lebih terstruktur untuk meningkatkan daya saing dan mengurangi risiko penumpukan stok.
Toko Cantika Paramita	Toko menjalankan tanggung jawab sosial melalui pembayaran kewajiban pasar dan partisipasi dalam kegiatan sosial. Rantai pasok dilakukan melalui pembelian langsung perlengkapan sembahyang, sedangkan produk wastra diproduksi sendiri.	Pemilik semakin menyadari pentingnya menjaga kualitas produk wastra sebagai bentuk tanggung jawab kepada konsumen. Kerja sama melalui kegiatan arisan juga dipahami sebagai strategi sosial-ekonomi yang dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan tetap.
Toko Vanesa	Toko memenuhi kewajiban sosial pasar dan memperoleh barang dari reseller dalam jumlah besar dengan mengikuti model produk yang sedang tren.	Pemilik mulai memahami pentingnya manajemen stok agar tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar lokal. Kesadaran mengenai keseimbangan antara keuntungan, kualitas produk, dan keberlanjutan usaha juga meningkat.
Toko Buk Komang Ariani	Toko menjalankan tanggung jawab sosial melalui pembayaran kewajiban pasar dan iuran sosial. Buah lokal diperoleh langsung dari petani, sedangkan buah impor diperoleh dari gudang pasar dengan sistem pembayaran setelah barang terjual.	Pemilik semakin memahami pentingnya membangun hubungan jangka panjang yang adil dengan petani lokal dan pemasok gudang. Selain itu, pemilik mulai memperhatikan pencatatan transaksi untuk menjaga transparansi, kepercayaan, dan keberlanjutan kerja sama dengan pemasok.

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Secara umum, hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya etika dalam rantai pasok dan tanggung jawab sosial. Pelaku usaha mulai menyadari bahwa praktik seperti menjaga kualitas produk, membayar kewajiban pasar, melayani konsumen dengan baik, dan menjaga hubungan dengan pemasok bukan hanya rutinitas usaha, tetapi juga bagian dari prinsip etika bisnis. Kesadaran ini menjadi modal penting dalam membangun usaha yang lebih tertib, dipercaya konsumen, dan berkelanjutan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis pada UMKM di Pasar Anyar Buleleng dapat dilihat melalui tiga prinsip utama, yaitu kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Ketiga prinsip tersebut menjadi dasar penting dalam membangun hubungan usaha yang sehat antara pelaku UMKM, pemasok, konsumen, dan lingkungan sekitar.

Prinsip kejujuran tercermin dalam upaya pelaku UMKM untuk menjaga kualitas produk, memberikan informasi yang benar kepada konsumen, serta mulai memperhatikan pencatatan transaksi dengan pemasok. Dalam konteks UMKM sayur dan buah, kejujuran diwujudkan melalui penyampaian kondisi barang secara apa adanya, menjaga kesegaran produk, serta tidak mencampurkan barang berkualitas baik dengan barang yang sudah menurun kualitasnya. Pada UMKM pakaian dan aksesoris, prinsip kejujuran terlihat dari upaya memilih barang yang layak jual dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Prinsip keadilan terlihat dari hubungan antara pelaku UMKM dengan pemasok. Beberapa pelaku usaha mulai memahami pentingnya membangun kerja sama yang saling menguntungkan, baik dengan petani lokal, reseller, supplier, maupun gudang pasar. Pembelian langsung dari petani, pembayaran sesuai kesepakatan, serta komunikasi yang baik dengan pemasok merupakan bentuk penerapan etika rantai pasok yang mendukung keberlanjutan usaha. Dengan hubungan yang adil, pelaku UMKM dapat memperoleh pasokan yang lebih stabil, sementara pemasok juga memperoleh kepastian dalam kerja sama usaha.

Prinsip tanggung jawab tampak dari kesadaran pelaku UMKM untuk memenuhi kewajiban sosial di lingkungan pasar, seperti membayar iuran kebersihan, listrik, uang gedung, serta ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan keagamaan. Selain itu, tanggung jawab juga diwujudkan melalui pelayanan yang ramah kepada konsumen, menjaga kebersihan lapak, mengelola barang dagangan dengan baik, serta berupaya menciptakan lingkungan usaha yang nyaman. Praktik tersebut menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial pada UMKM tidak harus selalu berbentuk kegiatan besar, tetapi dapat dimulai dari tindakan sederhana yang dilakukan secara konsisten.

Kegiatan pendampingan ini juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami pentingnya tata kelola usaha yang lebih profesional. Hal ini terlihat dari munculnya kesadaran untuk melakukan pencatatan sederhana, memilih pemasok secara lebih selektif, mengelola stok barang, memperhatikan kualitas produk, serta memanfaatkan penjualan online secara lebih terarah. Perubahan tersebut menunjukkan adanya pergeseran dari pola usaha yang sepenuhnya konvensional menuju pengelolaan usaha yang lebih tertata dan berorientasi pada keberlanjutan.

3.3 Dampak Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM. Sebelum pendampingan, sebagian pelaku usaha belum memahami secara jelas hubungan antara etika rantai pasok, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan usaha. Setelah kegiatan dilaksanakan, pelaku UMKM mulai memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh keuntungan, tetapi juga oleh kepercayaan konsumen, kualitas hubungan dengan pemasok, kebersihan lingkungan usaha, serta tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar.

Dampak lain yang terlihat adalah meningkatnya kesadaran pelaku UMKM untuk memperbaiki praktik usaha sehari-hari. Beberapa pelaku usaha mulai mempertimbangkan pencatatan pemasok, pemeriksaan kualitas produk, pengelolaan stok, keterbukaan informasi kepada konsumen, dan pemilihan barang dagangan yang lebih bertanggung jawab. Meskipun perubahan yang terjadi masih bersifat awal dan sederhana, hal tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan mampu mendorong pelaku UMKM untuk melakukan perbaikan dalam tata kelola usaha.

Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat pemahaman bahwa tanggung jawab sosial merupakan bagian penting dari kegiatan UMKM. Pelaku usaha mulai menyadari bahwa menjaga kebersihan

lingkungan pasar, membayar kewajiban sosial, memberikan pelayanan yang baik, serta menjaga hubungan harmonis dengan sesama pedagang merupakan bagian dari upaya membangun citra usaha yang positif. Dengan demikian, tanggung jawab sosial tidak hanya memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar, tetapi juga berdampak pada meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap usaha yang dijalankan.

3.4 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengamatan langsung dan diskusi reflektif dengan pelaku UMKM. Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan pendampingan dinilai mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya etika rantai pasok dan tanggung jawab sosial. Peserta menunjukkan respons yang baik selama kegiatan berlangsung, terutama pada sesi diskusi dan tanya jawab. Mereka aktif menyampaikan pengalaman, kendala, serta praktik usaha yang selama ini dijalankan.

Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang perlu diperhatikan. Sebagian pelaku UMKM belum terbiasa melakukan pencatatan transaksi secara teratur. Selain itu, keterbatasan waktu, kebiasaan usaha yang sudah berlangsung lama, serta kondisi pasar yang dinamis menjadi tantangan dalam menerapkan perubahan secara cepat. Oleh karena itu, penerapan etika rantai pasok dan tanggung jawab sosial perlu dilakukan secara bertahap, sederhana, dan disesuaikan dengan kemampuan masing-masing pelaku usaha. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan pemahaman awal dan mendorong perubahan sikap pelaku UMKM terhadap pentingnya etika dalam usaha. Keberhasilan kegiatan terlihat dari meningkatnya kesadaran peserta untuk menjalankan usaha secara lebih jujur, transparan, adil, bertanggung jawab, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Berdasarkan hasil kegiatan, pendampingan penguatan etika rantai pasok dan tanggung jawab sosial pada UMKM di Pasar Anyar Buleleng memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha. Pelaku UMKM mulai memahami pentingnya kejujuran, transparansi, keadilan, pemilihan pemasok yang tepat, pengelolaan stok, pelayanan konsumen, serta kepedulian terhadap lingkungan pasar. Meskipun perubahan yang terjadi masih bersifat sederhana, kegiatan ini menjadi langkah awal dalam mendorong UMKM agar mampu menjalankan usaha secara lebih beretika, bertanggung jawab sosial, dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kegiatan pendampingan penguatan etika dalam rantai pasok dan tanggung jawab sosial bagi pelaku UMKM di Pasar Anyar Buleleng memberikan kesimpulan bahwa pendekatan partisipatif berbasis Participatory Action Research (PAR) dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha mengenai signifikansi kejujuran, transparansi, keadilan, serta tanggung jawab terhadap konsumen dan pelestarian lingkungan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan terjadinya perubahan pola pikir pada pelaku UML yang mengarah pada praktik usaha yang lebih teratur dan berorientasi pada prinsip keberlanjutan. Berbagai manfaat yang dirasakan oleh para pelaku UML meliputi meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga kualitas produk, terciptanya hubungan yang baik dengan pemasok, serta meningkatnya kepercayaan pelanggan terhadap usaha yang dijalankan. Di sisi lain, bagi mahasiswa peserta kegiatan, pelaksanaan pendampingan ini memberikan pengalaman pembelajaran yang bersifat aplikatif melalui keterlibatan langsung dalam proses identifikasi permasalahan, diskusi, serta perumusan solusi secara bersama. Hal ini turut memperkuat pemahaman teoretis mahasiswa sekaligus mengasah keterampilan komunikasi, kemampuan analisis, dan kerja sama tim di lapangan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan, pelaku UMKM di Pasar Anyar Buleleng disarankan untuk secara konsisten mengaplikasikan prinsip etika dalam kegiatan rantai pasok dan tanggung jawab sosial, antara lain berupa penjagaan kejujuran dalam penggunaan timbangan dan kualitas barang, penerapan transparansi dalam penetapan harga, pembangunan hubungan yang adil dengan pemasok, serta peningkatan kepedulian terhadap kebersihan dan pelestarian lingkungan pasar. Di samping itu, para pelaku UMKM diharapkan dapat menyusun dokumen komitmen atau standar operasional prosedur sederhana sebagai pedoman dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan. Guna menjaga keberlanjutan program ini, diperlukan adanya pendampingan lanjutan dan pemantauan secara berkala, baik melalui kerja sama dengan institusi perguruan tinggi, pemerintah daerah, maupun pihak pengelola pasar, agar penguatan etika usaha tidak hanya terbatas pada tahap sosialisasi semata, melainkan berkembang menjadi budaya usaha yang melekat dan berkelanjutan dalam lingkungan Pasar Anyar Buleleng.

REFERENSI

- Agil Dzikrullah, Ach., & Chasanah, U. (2024a). OPTIMALISASI PERAN KOPERASI DALAM MENDUKUNG UMKM: MENINGKATKAN AKSES MODAL, PENGUASAAN TEKNOLOGI, DAN EKSPANSI PASAR. *INVESTI : Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 648–668. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.205>
- Agil Dzikrullah, Ach., & Chasanah, U. (2024b). OPTIMALISASI PERAN KOPERASI DALAM MENDUKUNG UMKM: MENINGKATKAN AKSES MODAL, PENGUASAAN TEKNOLOGI, DAN EKSPANSI PASAR. *INVESTI : Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 648–668. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.205>
- Cahyaningrum, D., Wahyulina, S., Fauzi, A. S., Mutia, A., Oktavia, S. R., Khofia, K., Wahyudin, I., & Gazali, I. (2025). Pendampingan digital branding bagi UMKM melalui program magang mahasiswa di Dinas Perdagangan Provinsi NTB. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(2), 309–318. <https://doi.org/10.53088/penamas.v5i2.1915>
- Fauzan, T. R., & Sudrajat, A. S. S. N. S. (2025). Sustainable supply chain practices and business performance of culinary MSMEs in West Java. *Journal of Management and Digital Business*, 5(2), 585–602. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i2.1956>
- Gibril, A., Zulfikarijah, F., & Firdaus, K. R. (2022). The Effect of Green Supply Chain Management on Business Performance and Competitiveness in Malang SMEs. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(04), 290–300. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i04.22759>
- Hakim, L., Nurgupita, R. K., & Rizaldi, M. (2024). Integrasi Etika Bisnis: Sebuah Perspektif Baru Dalam Keberlanjutan Perusahaan & Sosial Kemasyarakatan. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 15(04), 836–850. <https://doi.org/10.23887/jimat.v15i04.78323>
- Hemawan, M. R., Nurfitriya, M., & Rachmani, N. N. (2024). Analysis Of Marketing Innovation Using The Digital Marketing Canvas For UMKM Albaby Official. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 11279–11294. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11548>
- Ilhamsyah, M. Z., Firdaus, R., & Rasidi, Moh. (2025a). Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha: Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6493–6503. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1671>
- Ilhamsyah, M. Z., Firdaus, R., & Rasidi, Moh. (2025b). Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha: Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6493–6503. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1671>

- Khafsoh, N. A., & Riani, N. (2024). Implementation of Participatory Action Research (PAR) In Community Service Program. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 237–253. <https://doi.org/10.32815/jpm.v5i1.2034>
- Kindon, S., Pain, R., & Kesby, M. (2009). Participatory Action Research. In *International Encyclopedia of Human Geography* (pp. 90–95). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00490-9>
- Mansur, U., Azura, P. F., Lestari, A. P., Jelita, I., & Panggraina, G. (2025). Implementasi Etika Bisnis dalam Praktik Usaha Berkelanjutan pada UMKM Mie Jontor Akiw. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(4), 947–961. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i4.6710>
- Masudin, I., Barraq, R. F., Zulfikarijah, F., Nasyiah, T., Restuputri, D. P., Trireksani, T., & Djajadikerta, H. G. (2025). Examining sustainable performance using SEM-FsQCA: The role of TQM, green SCM, and competitive advantage in small and medium enterprises (SMEs). *Sustainable Futures*, 9, 100635. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100635>
- Muhamad Ramdan, A., Leonita Siwiyanti, M., Risma Nurmilah, M., Kokom Komariah, Ms., Maulana, S., & Saribanon, E. (2024). *KLASTERISASI UMKM DAN PRODUK UNGGULAN KOTA SUKABUMI*. Penerbit Widina Media Utama. www.freepik.com
- Palupi, C., Mellita, D., Elpanso, E., Heriyanto, H., & Noviardy, A. (2026). Pemberdayaan UMKM Kerupuk Jangek melalui Sosialisasi, Pelatihan, dan Pendampingan Digital Talent Management di Desa Mulyasari. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 4(1), 17–28. <https://doi.org/10.54082/jpmii.1049>
- Sholikin, A. (2024). Tantangan dan Peluang Pemberdayaan UMKM di Indonesia: Antara Regulasi, Akses Permodalan, dan Digitalisasi. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 16(03), 429–451. <https://doi.org/10.52166/madani.v16i03.9002>
- Siswadi, S., & Syaifuddin, A. (2024). Penelitian Tindakan Partisipatif Metode Par (Participatory Action Research) Tantangan dan Peluang dalam Pemberdayaan Komunitas. *Ummul Qura Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 19(2), 111–125. <https://doi.org/10.55352/uq.v19i2.1174>
- Suci Ramadani, Dilla Amelia Ramadhani, Muhammad Ikrom, & Lokot Muda Harahap. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>
- Suprianti, L., Puspitosari, H., & Perwitasari, R. (2024). PENINGKATAN PRODUKTIFITAS UMKM PO ARF DENGAN PENERAPAN TEKNOLOGI DAN MANAJEMEN PRODUKSI. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i5.26650>
- Uswatun Hasanah, Mulia A Sura, & Riswan Rambe. (2025). Peran Etika Bisnis dalam Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(3), 365–374. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v3i3.1982>
- Wahyuni, W., Ulfa, F., Novianti, A., & Rosalinda, R. (2024). Sustainable Business Ethics: Fostering Corporate Responsibility and Environmental Stewardship. *Advances: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(4). <https://doi.org/10.60079/ajeb.v2i4.351>