



PELATIHAN PENINGKATAN MANAJEMEN UMKM DESA TAROWANG DENGAN PENDEKATAN ETIKA BISNIS UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

¹Rezky Amalia Hamka*, ²Abdul Rahman, ³M. Yunasri Ridhoh, ⁴Sri Astuti Nasir, ⁵Fakhirah Husain

Pogram Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar

Email: rezky.amalia.hamka@unm.ac.id¹, abdul.rahman1582@unm.ac.id², yunasri.ridhoh@unm.ac.id³,
sri.astuti.nasir@unm.ac.id⁴, fakhirah.husain@unm.ac.id⁵

*Corresponding author: Rezky Amalia Hamka

ABSTRAK

Pengelolaan UMKM yang efektif tidak hanya bergantung pada keterampilan manajerial, tetapi juga pada penerapan etika bisnis yang baik untuk meningkatkan kualitas produk dan tanggung jawab sosial. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajemen UMKM di Desa Tarowang melalui pendekatan etika bisnis, sehingga dapat mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan bertanggung jawab sosial. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Materi pelatihan mencakup prinsip-prinsip manajemen usaha, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta implementasi etika bisnis dalam operasional sehari-hari. Pendampingan dilakukan untuk memastikan penerapan materi secara langsung dalam praktik usaha UMKM. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan kinerja usaha, kepuasan pelaku UMKM, serta dampak terhadap masyarakat sekitar. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai manajemen dan etika bisnis, yang berdampak pada kualitas produk, profesionalisme usaha, dan kepedulian sosial. Program ini diharapkan dapat berkelanjutan melalui mekanisme pelatihan internal dan jejaring komunitas UMKM. Pengabdian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan kapasitas UMKM serta mendorong praktik usaha yang etis dan bertanggung jawab sosial.

Kata kunci: UMKM, manajemen, etika bisnis, tanggung jawab sosial, pengabdian masyarakat

ABSTRACT

Effective management of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) depends not only on managerial skills but also on the implementation of business ethics to improve product quality and social responsibility. This community service program aimed to enhance the management capacity of MSMEs in Tarowang Village through a business ethics approach, supporting sustainable and socially responsible business growth. The program was carried out in several stages, including socialization, training, mentoring, and evaluation. Training materials covered principles of business management, marketing strategies, financial management, and the application of business ethics in daily operations. Mentoring ensured the direct application of the training materials in MSME practices. Evaluation was conducted through observations of business performance, MSME participants' satisfaction, and the impact on the surrounding community. The results indicated an increased understanding of management and business ethics among MSME actors, leading to improvements in product quality, business professionalism, and social awareness. The program is expected to be sustainable through internal training mechanisms and MSME community networks. This community service initiative contributes significantly to strengthening MSME capacity and promoting ethical and socially responsible business practices.

Keywords: MSMEs, management, business ethics, social responsibility, community service

1. PENDAHULUAN

Pengelolaan desa yang baik merupakan faktor kunci dalam pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat setempat. Desa sebagai unit terkecil dalam pemerintahan memiliki peran strategis dalam menciptakan kesejahteraan bagi penduduknya. Dalam konteks ini, pengelolaan yang efektif tidak hanya berfokus pada administrasi pemerintahan, tetapi juga pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Desa Tarowang terletak di Kecamatan Tarowang, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan, dengan karakteristik geografis yang terdiri dari wilayah pesisir dan pertanian. Desa ini memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam sektor agribisnis, perikanan, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mulai berkembang. Infrastruktur desa sudah cukup mendukung dengan adanya akses jalan utama, pasar lokal, serta jaringan komunikasi yang memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dari segi sosial, masyarakat Desa Tarowang memiliki budaya gotong royong yang kuat, yang menjadi modal sosial dalam pengembangan ekonomi berbasis komunitas. Sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian dan perikanan, namun banyak juga yang telah merambah ke sektor perdagangan kecil dan industri rumah tangga. UMKM di desa ini didominasi oleh usaha produksi makanan lokal, kerajinan tangan, serta perdagangan hasil bumi yang potensial untuk dikembangkan lebih lanjut.

Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM di Desa Tarowang masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan usaha mereka. Salah satu aspek yang perlu diperbaiki adalah manajemen usaha yang berbasis pada etika bisnis. Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis yang baik masih tergolong rendah, sehingga berdampak pada keberlanjutan usaha dan kepercayaan pelanggan. Melalui penerapan etika bisnis yang baik dalam UMKM akan meningkatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan hubungan dengan mitra usaha, menjaga reputasi usaha, bahkan meningkatkan keberlanjutan usaha. Hal ini juga akan mendukung perkembangan ekonomi lokal sehingga menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan kondisi eksisting di atas, dibutuhkan intervensi melalui program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajemen UMKM berbasis etika bisnis. Program ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk menjalankan usaha secara lebih profesional, berkelanjutan, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial mereka. Tujuan pelaksanaan kegiatan ini yaitu : meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang etika bisnis, Menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya tanggung jawab sosial dalam bisnis, Meningkatkan daya saing UMKM, Membantu UMKM membangun jaringan bisnis yang lebih luas melalui pendampingan dan kerja sama dengan berbagai pihak. Adapun fokus utama dari kegiatan pengabdian ini adalah edukasi dan penerapan etika bisnis, peningkatan tanggung jawab sosial UMKM, pendampingan manajemen usaha berbasis etika, dan kolaborasi dengan mahasiswa dan akademisi.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan untuk mengoptimalkan kegiatan pengabdian terdiri atas sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi, dan keberlanjutan program

2.1 Sosialisasi

Yaitu berupa pengenalan program pengabdian kepada masyarakat (UMKM dan pemangku kepentingan, pemaparan konsep dasar etika bisnis, termasuk transparansi, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan terhadap regulasi. Serta diskusi interaktif mengenai tantangan yang dihadapi UMKM dalam menerapkan etika bisnis.

2.2 Pelatihan

Yaitu Pelatihan tentang manajemen bisnis berbasis etika, seperti transparansi dalam keuangan dan kejujuran dalam pemasaran, simulasi dan studi kasus mengenai praktik bisnis beretika, serta pelatihan pencatatan keuangan sederhana agar UMKM lebih transparan dalam laporan keuangan. Selain itu diberikan pula pelatihan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital untuk meningkatkan transparansi dalam pengelolaan keuangan, penggunaan media sosial dan platform digital sebagai sarana pemasaran yang beretika. Serta implementasi sistem evaluasi sederhana berbasis teknologi untuk mengukur penerapan etika bisnis di UMKM.

2.3 Pendampingan dan Evaluasi

Yaitu kegiatan Monitoring dan bimbingan langsung terhadap UMKM dalam menerapkan prinsip etika bisnis dalam operasional. Sementara untuk kegiatan evaluasi penerapan etika bisnis melalui

wawancara dan observasi terhadap mitra UMKM, serta penyusunan laporan evaluasi terkait tingkat keberhasilan dan tantangan yang masih dihadapi oleh UMKM.

2.4 Keberlanjutan Program

Untuk mengoptimalkan tindak lanjut hasil pengabdian maka dilakukan penyusunan strategi keberlanjutan agar UMKM dapat terus menerapkan prinsip etika bisnis dalam jangka panjang, menjalin kerja sama dengan pihak akademisi, pemerintah, dan sektor swasta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilaksanakan pada bulan Juni 2025 di Desa Tarowang, Kecamatan Tarowang, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan dengan melibatkan UMKM dan masyarakat serta aparat desa.

3.1 Sosialisasi

Tahap awal dimulai dengan agenda sosialisasi kepada para pelaku UMKM dan perangkat desa. Pada kegiatan ini, kami memaparkan urgensi manajemen bisnis yang beretika sebagai fondasi tata kelola usaha yang berkelanjutan. Peserta diperkenalkan dengan konsep-konsep dasar seperti transparansi, kejujuran dalam transaksi, kepatuhan terhadap regulasi, serta pentingnya tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Antusiasme peserta cukup tinggi, ditunjukkan melalui diskusi aktif mengenai tantangan etika yang mereka hadapi dalam operasional sehari-hari.



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan Pengabdian

Pada Gambar 1 yang terlihat di atas, diperlihatkan suasana sosialisasi yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada pelaku UMKM di Desa Tarowang. Dalam gambar tersebut, para peserta terlihat antusias mengikuti penjelasan mengenai pentingnya etika bisnis dalam pengelolaan usaha mereka. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya kualitas produk dan tanggung jawab sosial dalam dunia usaha.

3.2 Pelatihan Peningkatan Manajemen UMKM Berbasis Etika Bisnis

Tahapan pelatihan dilaksanakan melalui sesi teoritis dan praktis. Materi difokuskan pada aspek:

1. Penguatan tata kelola usaha (*good business governance*)

Aspek ini menekankan bahwa integritas adalah aset strategis bagi UMKM. Peserta dibekali pemahaman tentang: Prinsip-prinsip etika bisnis (kejujuran, transparansi, keadilan, akuntabilitas); praktik transaksi yang etis, termasuk keterbukaan informasi harga dan kualitas; dampak jangka panjang perilaku tidak etis terhadap reputasi usaha. Materi ini memperkuat kesadaran bahwa etika tidak sekadar konsep moral, tetapi *competitive advantage* dalam membangun kepercayaan konsumen.

2. Manajemen operasional dan kualitas produk

Materi ini membantu pelaku UMKM mengelola operasi usaha secara sistematis. Fokusnya mencakup: Penyusunan SOP sederhana yang mengatur alur produksi, layanan, dan logistik; teknik kontrol kualitas untuk memastikan konsistensi produk, manajemen persediaan, kebersihan tempat usaha, dan pencatatan operasional. Tujuan utamanya adalah meningkatkan efisiensi proses, meminimalkan kesalahan produksi, dan menjaga kualitas yang memenuhi harapan pelanggan.

3. Etika pemasaran serta hubungan dengan konsumen
Aspek ini mengintegrasikan prinsip etika dengan strategi pemasaran. Materi meliputi: Teknik komunikasi pemasaran yang jujur dan tidak menyesatkan; manajemen keluhan pelanggan dan penanganan komplain secara etis; penggunaan media digital yang bertanggung jawab, termasuk etika berpromosi di platform online. Peserta dilatih memahami bahwa pemasaran yang etis membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat brand UMKM di tengah persaingan.
4. Integrasi tanggung jawab sosial ke dalam proses bisnis UMKM
Materi ini memperkenalkan model tanggung jawab sosial yang relevan untuk usaha skala kecil. Penekanan diberikan pada: Kegiatan usaha yang ramah lingkungan (pengurangan limbah, bahan baku aman); kontribusi sosial sederhana seperti pengembangan lingkungan atau dukungan komunitas; penilaian dampak sosial dari kegiatan usaha. Konsep ini membantu UMKM memahami peran strategis mereka dalam menciptakan nilai sosial, bukan hanya nilai ekonomi.



Gambar 2. Proses Kegiatan Pelatihan



Gambar 3. Antusiasme masyarakat saat pelatihan

Setiap sesi menggunakan studi kasus lokal dan praktik langsung agar peserta dapat mengaitkan konsep etika bisnis dengan konteks usaha mereka. Pelaku UMKM dilatih menyusun SOP sederhana yang mencerminkan prinsip integritas, keadilan transaksi, dan akuntabilitas. Pada Gambar 2 dan 3, terlihat aktivitas pelatihan yang dilaksanakan dengan mengajak peserta untuk langsung berpartisipasi dalam diskusi kelompok. Dalam gambar ini, pelaku UMKM berdiskusi mengenai penerapan prinsip-prinsip manajemen yang baik serta bagaimana mengintegrasikan tanggung jawab sosial ke dalam proses bisnis di UMKM.

3.3 Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan, tim melanjutkan proses pendampingan lapangan. Kami melakukan kunjungan ke beberapa UMKM untuk mengamati implementasi prinsip etika bisnis dalam operasional harian, termasuk peningkatan kualitas layanan, penyederhanaan proses produksi, dan strategi komunikasi dengan pelanggan.



Gambar 4. Kunjungan ke UMKM

Pada gambar di atas, tim berfoto bersama masyarakat dan berdiskusi tanggapan dari kegiatan serta sasaran pendampingan selanjutnya. Melalui instrumen penilaian, kami mengevaluasi perubahan perilaku manajerial, tingkat kepatuhan terhadap SOP, serta persepsi pelanggan terhadap kualitas dan integritas usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pelayanan, konsistensi kualitas produk, serta kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya tanggung jawab sosial

3.4 Keberlanjutan Program

Sebagai bagian dari roadmap keberlanjutan, tim bersama pemerintah desa menyusun rencana tindak lanjut berupa:

- Pembentukan *Forum Etika Bisnis UMKM Tarawang* sebagai wadah berbagi praktik baik antar-pelaku usaha.
- Pendampingan berkala untuk monitoring implementasi etika bisnis dan kualitas produk.
- Kolaborasi dengan lembaga pendidikan serta mitra industri untuk memperluas jaringan pemasaran dan menguatkan tata kelola usaha yang bertanggung jawab.

Upaya keberlanjutan ini diharapkan membangun ekosistem UMKM yang berdaya saing, terpercaya, dan memberikan dampak sosial positif bagi masyarakat Desa Tarawang.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pelatihan yang dilaksanakan di Desa Tarawang menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas manajemen UMKM dengan pendekatan etika bisnis dapat memberikan dampak positif terhadap kualitas operasional dan tanggung jawab sosial pelaku usaha. Melalui rangkaian kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi, peserta mampu memahami dan mengimplementasikan prinsip etika bisnis dalam aktivitas usaha sehari-hari. Peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan pada aspek tata kelola usaha, penyusunan SOP, peningkatan kualitas produk, komunikasi pemasaran yang etis, serta pengelolaan keuangan yang lebih transparan. Selain itu, kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya kontribusi sosial dan praktik usaha yang ramah lingkungan juga meningkat. Secara keseluruhan, program ini berhasil membangun fondasi yang kuat bagi UMKM di Desa Tarawang untuk mengembangkan usaha secara profesional, berintegritas, dan berkelanjutan. Pemerintah desa dan mitra perguruan tinggi disarankan melakukan pendampingan lanjutan secara terjadwal untuk memastikan implementasi etika bisnis tetap konsisten dalam operasional UMKM. Selain itu perlu dibentuk forum atau komunitas UMKM Tarawang sebagai wadah berbagi pengalaman, praktik baik, dan pembelajaran berkelanjutan terkait tata kelola usaha yang beretika. Serta Pelaku UMKM disarankan mengikuti pelatihan tambahan terkait digital marketing, pencatatan keuangan modern, dan pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, kami menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan *Pelatihan Peningkatan Manajemen UMKM Desa Tarowang dengan Pendekatan Etika Bisnis untuk Meningkatkan Kualitas dan Tanggung Jawab Sosial*.

Kami mengucapkan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Pemerintah Desa Tarowang**, yang telah memberikan izin, fasilitas, serta dukungan penuh selama proses sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi program.
2. **Para pelaku UMKM Desa Tarowang**, yang dengan antusias dan komitmen tinggi berpartisipasi aktif dalam seluruh kegiatan pelatihan.
3. **Universitas Negeri Makassar**, yang telah membantu dalam pendanaan sehingga program dapat berjalan efektif dan memberikan manfaat nyata.
4. **Seluruh tim pelaksana pengabdian**, yang bekerja dengan dedikasi, kolaborasi, dan profesionalisme sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik dan tepat sasaran.

Terima kasih atas sinergi dan dukungan semua pihak, sehingga program ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kapasitas UMKM dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Tarowang. Semoga kerja sama ini terus berlanjut pada program-program berikutnya demi memperkuat kemandirian ekonomi lokal.

REFERENSI

- Aswar, N. F., Hamka, R. A., Hasdiansa, I. W., Hasbiah, S., & Abadi, R. R. (2023). Optimalisasi pemasaran produk UMKM batu bata di Kelurahan Limbung, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa. *Paramacitra: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Azhari, A., Iswardhani, I., Almaida Dg Macenning, A. R., Nasir, S. A., & Ridha, A. (2024). Improving leadership capacity of local leaders through effective communication and conflict management training. *Celebes Journal of Community Services*.
- Hidayat, A., & Prasetyo, B. (2020). Etika bisnis dalam pengelolaan UMKM di pedesaan: Studi kasus di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 15(2), 120–135.
- Kurniawan, A. W., Musa, M. I., Hamka, R. A., Syahrul, K., & Abadi, R. R. (2024). Pengelolaan sumber daya manusia di era digital pada usaha mikro kecil dan menengah. *EMPOWERMENT: Journal of Community Practice*.
- Putri, R. A., & Nugroho, D. (2019). Strategi pendampingan UMKM dalam meningkatkan etika bisnis dan manajemen keuangan. *Jurnal Manajemen UMKM*, 7(3), 215–230.
- Rahmawati, L., Santoso, H., & Wijayanto, P. (2021). Etika bisnis dan loyalitas konsumen dalam pengelolaan UMKM berkelanjutan. *Jurnal Bisnis Etika*, 10(1), 89–105.
- Rahman, A., Indrajit, E., Unggul, A., & Dazki, E. (2024). Implementation of zero trust security in MSME enterprise architecture: Challenges and solutions. *Sinkron: Jurnal dan Penelitian Teknik Informatika*.
- Santoso, D., & Wahyuni, E. (2021). Penerapan etika bisnis dalam UMKM: Implikasi terhadap keberlanjutan usaha. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 18(4), 312–328.
- Suryadi, F., Aisyah, N., & Hadi, T. (2022). Edukasi dan pelatihan etika bisnis bagi UMKM: Studi pengabdian masyarakat di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 45–60.
- Yulianto, A. (2021). Kebijakan dan regulasi etika bisnis bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 14(3), 150–165.