

Pentingnya Menjaga Etika dalam Berbisnis pada Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kab – Samosir

Edward Alezandro Lbn. Raja^{1*}, Togu Harlen Lbn. Raja²

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi LMII, Medan, Indonesia

Email : *edwardlumbanraja1997@yahoo.com

Abstrak- Etika sangat diperlukan dalam kegiatan bisnis, agar bisnis dapat berjalan dengan baik dan dapat dipertahankan oleh pelaku bisnis pada masa yang akan datang. Etika bisnis sangat berkaitan dengan moralitas pelaku bisnis sehingga ada norma-norma bisnis yang harus disepakati oleh pelaku bisnis sehingga setiap pelaku bisnis akan tunduk pada nilai-nilai moralitas yang ada dalam kehidupan bisnis. Dengan adanya etika maka tercipta komitmen bisnis yang harmonis, serasi dan saling menguntungkan di antara kelompok manusia sebagai individu atau kelompok atau institusi dimana acuan etika dalam kehidupan manusia selalu mengacu kepada norma, moralitas sosial, peraturan undang-undang atau hukum yang berlaku yang harus diterima oleh semua orang sebagai standar perilaku manusia. Jumlah pedagang yang hadir dalam kegiatan pengabdian ini berjumlah 56 orang terdiri dari pedagang yang berkegiatan di Pasar Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kabupaten Samosir. Dari evaluasi hasil kegiatan pengabdian dosen ini dapat dijelaskan bahwa pedagang yang tidak memahami sosialisasi tersebut berjumlah 4 orang atau 7 %, pedagang yang kurang memahami sosialisasi tersebut berjumlah 6 orang atau 10,7 %, pedagang yang memahami sosialisasi tersebut berjumlah 20 orang atau 35,7 % dan pedagang yang sangat memahami sosialisasi tersebut berjumlah 26 orang atau 46,4 %.

Kata Kunci : etika; bisnis; sosialisasi; moralitas; evaluasi

Abstract- Ethics is very necessary in business activities, so that business can run well and can be maintained by business people in the future. Business ethics is closely related to the morality of business people so that there are business norms that must be agreed upon by business people so that every business person will be subject to the moral values that exist in business life. With the existence of ethics, a harmonious, harmonious and mutually beneficial business commitment is created between human groups as individuals or groups or institutions where the ethical reference in human life always refers to norms, social morality, statutory regulations or applicable laws that must be accepted by the community. everyone as a standard of human behavior. The number of traders who attended this service activity amounted to 56 people consisting of traders who were active in the Tomok Village Market Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Samosir Regency. From the evaluation of the results of this lecturer service activity, it can be explained that the traders who did not understand the socialization were 4 people or 7%, the traders who did not understand the socialization were 6 people or 10.7%, the traders who understood the socialization were 20 people or 35,7 % and traders who really understand the socialization are 26 people or 46,4%.

Keywords: ethics; business; socialization; morality; evaluation

1. PENDAHULUAN

Pemahaman mengenai etika bisnis yang harus disepakati bersama sangat diperlukan pada dunia bisnis, etika perlu dijaga dalam melakukan kegiatan bisnis artinya bahwa berbisnis harus menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam berbisnis, dengan adanya komitmen dalam berbisnis maka tidak akan terjadi kesalahpahaman dalam kegiatan bisnis, sehingga hubungan bisnis dapat berjalan dalam jangka waktu panjang. Etika berhubungan dengan moralitas orang yang harus dijaga dan dipertahankan oleh setiap pelaku bisnis. Menurut sejarahnya bahwa etika berasal dari bahasa Yunani yaitu ethos yang diartikan identik dengan moral atau moralitas.

Moral atau moralitas adalah bagaimana melakukan penilaian tentang baik buruknya buruk dan benar atau salahnya terhadap suatu perbuatan ataupun tindakan yang dilakukan oleh masing-masing orang. Etika bisnis dimulai sejak zaman dahulu di Eropah dimana kegiatan bisnis di negara-negara Eropa sangat berhubungan dengan nilai etika atau moral manusia dimana etika dan moral tunduk kepada nilai-nilai agama.

Gereja di Eropa sangat berperan dalam menjaga etika manusia baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kegiatan bisnis dimana gereja berperan melakukan pengajaran etika dan moral dalam kehidupan manusia. Kegiatan bisnis merupakan kegiatan yang bernilai moral serta tunduk pada hukum agama dan gereja yang menentang melakukan bisnis dalam pembungaan uang karena dianggap melanggar etika dan moral manusia. Para kaum kapitalis sangat menentang dalam melakukan pembungaan uang dan didukung oleh para kaum moralis dalam melakukan kegiatan pembungaan uang. Akhirnya kaum moralis atau kaum agamawan berdiskusi untuk membuat satu kegiatan bisnis dengan membentuk satu kegiatan bisnis perkongsian.

1.1. PENGERTIAN ETIKA BISNIS

Kata etika disamakan dengan kata tatakrama, sopan-santun, pedoman moral dan norma susila. Etika membahas nilai dan norma moral yang mengatur perilaku manusia baik sebagai individu atau kelompok dan institusi di dalam masyarakat. Sedangkan norma merupakan aturan atau konvensi yang diberlakukan di masyarakat baik secara tersurat atau tersirat (yang bersifat informal dan tradisional). Etika akan menjadi sebuah kebutuhan hidup manusia karena menjadi acuan dalam melakukan penilaian kepribadian seseorang sehingga setiap orang perlu mempelajari etika manusia.

Tujuan mempelajari etika adalah untuk dapat terjadi hubungan yang harmonis, serasi dan saling menguntungkan di antara kelompok manusia sebagai individu atau kelompok dan atau institusi dimana acuan etika dalam kehidupan manusia selalu mengacu kepada norma, moralitas sosial, peraturan undang-undang atau hukum yang berlaku yang harus diterima oleh semua orang sebagai standar perilaku manusia.

Bagi perusahaan tujuan mempelajari etika antara lain:

1. Mencapai maksimum profit/laba.
2. Meningkatkan harga saham khususnya bila sudah go public.
3. Membuka lapangan pekerjaan.
4. Mempertahankan keberlangsungan hidup.
5. Menciptakan kesejahteraan masyarakat dan pemilik faktor produksi.
6. Meningkatkan volume penjualan.
7. Memproduksi barang/jasa.
8. Mencapai eksistensi perusahaan dalam jangka panjang dengan mekanisme sebagai berikut :
 - a. Meningkatkan kesadaran dan loyalitas terhadap merek produk tertentu.
 - b. Mempertahankan pangsa pasar.
 - c. Menciptakan pasar yang lebih menarik.
 - d. Menghilangkan/mengalahkan pesaing (pesaing dipandang sebagai partner kerja atau mitra perusahaan).
9. Mencapai prestise dan prestasi bagi si pelaku bisnis.
10. Kemajuan dan perkembangan bisnis/perusahaan. (Budhi Prihatminingtyas, 2019).

Sukirno (2010), menyatakan bahwa bisnis adalah kegiatan yang memperoleh keuntungan semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Kemudian Griffin dan Ebert (2008), menjelaskan bahwa bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. Demikian juga pendapat yang dikemukakan oleh Madura (2010), yang menyatakan bahwa bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk dan jasa yang akan dijual kepada pelanggan. Etika bisnis yaitu standar moral dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam system dan organisasi yang digunakan oleh masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa kepada orang-orang yang ada dalam organisasi (Velasques, 2005).

1.2. IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS TERHADAP PELANGGAN

Etika bisnis seharusnya diimplementasikan dalam dunia bisnis sehingga ada keerkaitan antara pemahaman tentang etika dalam melakukan kegiatan bisnis diamanpun juga. Etika bisnis adalah hubungan antara penjual dengan pembeli dalam rangka melakukan pertukaran kebutuhan antara penjual dan pembeli. Dalam melakukan kegiatan bisnis antara penjual dan pembeli atau produsen dengan konsumen maka penjual seharusnya penjual atau produsen harus memberikan rasa puas kepada pelanggan sehingga konsumen atau pelanggan tetap setia menggunakan produk yang dihasilkan oleh produsen setiap harinya. Perusahaan perlu menjaga komitmen dalam menjaga kepuasan pelanggan atau konsumen dalam menggunakan produk penjual atau produsen. Untuk menjaga kesetiaan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh produsen atau yang dijual oleh penjual maka ada beberapa hal yang harus dilakukan atau dipertahankan oleh penjual atau produsen yaitu :

- a. Menjual produk/jasa dengan kualitas terbaik kepada pelanggan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan sehingga ada rasa kepuasan pada diri pelanggan.
- b. Proses periklanan dan promosi harus mencerminkan/menunjukkan sikap hormat pada martabat kemanusiaan.
- c. Menciptakan lingkungan yang sehat terhadap produk/jasa yang dihasilkan oleh produsen dengan melestarikan lingkungan hidup.

- d. Memberikan ganti rugi bila pelanggan merasa dirugikan dan bisa direalisasikan melalui program pemberian garansi.
- e. Menghormati integritas kultur atau budaya yang berlaku pada perilaku pelanggan perusahaan.
- f. Menjual dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat dan dengan harga yang merata.

1.3. HUBUNGAN BISNIS DAN LINGKUNGAN

Dalam melakukan kegiatan bisnis maka tidak bisa terlepas dari lingkungan baik eksternal maupun internal yang kedua faktor tersebut dapat mendukung dan menghambat kemajuan kegiatan bisnis di lingkungan masing-masing.

Faktor internal bisnis meliputi :

1. Kelemahan dalam memperoleh peluang (akses) pasar dan memperbesar pangsa pasar.
2. Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur (akses) terhadap sumber permodalan.
3. Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen.
4. Keterbatasan dalam pemanfaatan (akses) dan penguasaan teknologi.
5. Keterbatasan jaringan usaha dan kerjasama usaha.

Faktor eksternal bisnis meliputi :

1. Iklim berusaha yang kurang mendukung (kondusif); karena masih ada persaingan yang tidak sehat.
2. Sarana dan prasarana perekonomian yang kurang memadai.
3. Pembinaan yang masih kurang terpadu.
4. Masih kurang pemahaman, kepercayaan dan kepedulian dari sebagian masyarakat terhadap usaha kecil.

1.4. PRINSIP ETIKA BISNIS

Dalam menjalankan etika dalam bisnis diperlukan prinsip yang harus dipegang teguh oleh para pelaksana bisnis sehingga apa yang akan diharapkan dalam kegiatan bisnis dapat terwujud.

Ada beberapa prinsip etika bisnis yaitu :

1. Prinsip otonomi artinya bahwa setiap pelaksana bisnis memiliki wewenang dalam menjalankan bisnisnya masing-masing dengan pencapaian visi dan misi untuk mencapai kesejahteraannya.
2. Prinsip Kesatuan artinya ada satu kesatuan yang direfleksikan dalam konsep yang memadukan keseluruhan aspek kehidupan baik dalam bidang ekonomi, sosial dan lingkungan
3. Kebebasan artinya diberikan kebebasan dengan tidak merugikan orang lain dengan meningkatkan potensi dirinya dalam melakukan kegiatan bisnis.
4. Kebenaran dan kejujuran artinya adanya niat dan perilaku yang benar dalam melakukan kegiatan bisnis.
5. Keadilan artinya setiap pihak yang melakukan kesepakatan bisnis harus melakukan dan menegakkan rasa adil bagi masing-masing dalam menjalankan kegiatan bisnis.
6. Prinsip hormat pada diri sendiri artinya perlu menjaga dirinya sendiri dan menjaga citra diri sendiri dengan penuh kejujuran dan tidak memiliki niat jahat.
7. Tanggung jawab artinya setiap kegiatan bisnis harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab.

Dalam menjalankan kegiatan bisnis yang beretika maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menciptakan bisnis yang beretika antara lain :

1. Pengendalian diri artinya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masing-masing individu atau kelompok harus mampu mengendalikan dirinya sehingga tidak didasarkan pada sikap emosional yang lebih tinggi.
2. Pengembangan tanggungjawab sosial penjual atau perusahaan artinya pedagang atau penjual harus mempunyai tanggungjawab sosial kepada masyarakat yang ada di lingkungannya masing-masing.
3. Mempertahankan jati diri artinya diperlukan komitmen diri yang kuat dalam melaksanakan kegiatan bisnis.
4. Menciptakan persaingan yang sehat artinya bahwa semua pelaksana kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pebisnis harus melakukan kegiatan bisnis dengan persaingan yang sehat dan tidak boleh merugikan kegiatan bisnis orang lain.
5. Menerapkan konsep bisnis yang berkelanjutan artinya bahwa kegiatan bisnis yang sudah dijalankan harus berjalan dalam jangka panjang.
6. Menghindari sifat KKN yang dapat merusak tatanan moral artinya bahwa dalam kegiatan bisnis tidak boleh didasarkan rasa KKN sehingga mengganggu hubungan bisnis dengan yang lainnya.
7. Harus mampu mengatakan yang benar artinya menjunjung tinggi nilai kebenaran dalam kegiatan bisnis.

8. Membentuk sikap saling percaya artinya kesepakatan bisnis yang sudah disepakati harus didasarkan oleh saling percaya.
9. Konsisten dengan peraturan yang ada artinya bahwa dalam melaksanakan kegiatan bisnis harus mengikuti aturan yang berlaku.
10. Menciptakan rasa memiliki bagi sesama pelaku bisnis.

2. METODE PELAKSANAAN

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian tentu dilakukan beberapa urutan kegiatan yang dirinci sebagai berikut :

1. Perencanaan kegiatan pengabdian yaitu suatu proses perencanaan yang disusun oleh dosen tersebut untuk melakukan kegiatan pengabdian dosen di suatu tempat.
2. Penyusunan kegiatan pengabdian yaitu urutan kegiatan yang akan dilakukan dimulai dari perencanaan sampai kepada evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian dosen.
3. Survel lokasi pengabdian yaitu survey tentang tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian yaitu Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir. Pada saat survey sudah disosialisasikan tentang rencana pengabdian dosen tentang etika bisnis.
4. Kesepakatan hari, waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian dosen.
5. Pelaksanaan kegiatan pengabdian yaitu mengundang para pedagang di Desa Tomok Parsaoran Nauli yang difasilitasi oleh Bapak Kepala Desa Tomok Parsaoran Nauli. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diharapkan bahwa ada kesepakatan yang dilahirkan berupa komitmen sesama pedagang untuk menjaga etika dalam berbisnis sehingga dapat menjadikan penarik bagi tamu yang datang untuk berwisata di Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kab. Samosir.
6. Membuat laporan kegiatan pengabdian dosen.

2.1. Metode Yang Digunakan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini digunakan metode ceramah kepada para pedagang di Pasar Desa Tomok yang disampaikan oleh dosen untuk menjelaskan perlunya memahami etika dalam melakukan kegiatan bisnis di Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kabupaten Samosir. Kegiatan ini telah dilaksanakan pada tanggal 20 Agustus 2021.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian di Desa Tomok Parsaoran Nauli diikuti oleh para pedagang yang ada di Pusat Perdagangan Kota Tomok yang berjualan di sekitar daerah pariwisata di Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kab. Samosir. Para pedagang mendapatkan bekal berupa ilmu pengetahuan baru tentang etika bisnis yang baik yang harus dijaga dan dipertahankan oleh para pedagang yang ada di sekitar Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kabupaten Samosir. Salah satu ilmu yang didapatkan oleh pedagang di Desa Tomok dalam hal etika bisnis adalah adanya nilai-nilai moralitas yang harus dijaga oleh pedagang dalam berjualan di pusat pasar Desa Tomok dalam hal memberikan pelayanan dalam melakukan jual beli.

3.1. Penjelasan Kegiatan

Dalam melakukan kegiatan bisnis di Desa Tomok Parsaoran Nauli diperlukan adanya satu etika dan prinsip dalam berbisnis sehingga akan mempengaruhi komunikasi antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi penjualan. Etika bisnis tersebut dilaksanakan para pedagang dalam menjelaskan kegiatan bisnis untuk menarik simpatik berbelanja di daerah wisata Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kabupaten Samosir. Dengan adanya pemahaman tentang etika bisnis maka para pedagang tidak melakukan kesalahan dalam berbisnis seperti : harga yang tidak logika, ukuran yang pas dan pelayanan yang ramah dan tidak saling menjatuhkan sesama pedagang. Kepala Desa juga diharapkan dapat memberikan bimbingan kepada para pedagang untuk menjaga sikap, moral dan perilaku dalam menjalankan atau memasarkan dagangannya kepada para pembeli yang datang berkunjung berwisata ke Pulau samosir.

3.2. Tingkat Pemahaman Dari Program Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada para pedagang di Pasar Perbelanjaan di Desa Tomok Parsaoran Nauli sehingga dapat menjadi pegangan bagi para pedagang dalam menjalankan kegiatan bisnis.

Untuk melihat berapa besar pemahaman tentang pelaksanaan kegiatan pengabdian maka dosen yang bersangkutan menanyakan kepada pedagang tentang pemahaman hasil program pengabdian dosen kepada pedagang.

Total pedagang yang hadir dalam kegiatan pengabdian tersebut berjumlah 56 orang dimana semuanya adalah pedagang yang ada di Pasar Perbelanjaan di Desa Tomok Parsaoran Nauli.

Dari hasil pertanyaan tersebut dapat dijelaskan bahwa tingkat pemahaman program pengabdian dosen ini adalah sebagai berikut :

1. Pedagang yang tidak memahami sosialisasi tersebut berjumlah 4 orang atau 7 %.
2. Pedagang yang kurang memahami sosialisasi tersebut berjumlah 6 orang atau 10,7 %.
3. Pedagang yang memahami sosialisasi tersebut berjumlah 20 orang atau 35,7 %.
4. Pedagang yang sangat memahami sosialisasi tersebut berjumlah 26 orang atau 46,4 %.

3.3 Dokumentasi Kegiatan



Foto 1. Dr. Togu Harlen Lbn. Raja, SE, M.Si sedang memberikan penjelasan tentang Etika Bisnis.



Foto 2 : Edward Alezandro Lbn. Raja, SE, S. Ked, M. Biomed, MM sedang memberikan tentang Etika Bisnis.



Foto 3 : Peserta Pedagang Pasar di Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kabupaten Samosir.



Foto 4 : Dokumentasi Kegiatan Akhir Dengan Dosen dan Pedagang di Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kabupaten Samosir.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dosen ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang perlunya mengerti tentang etika bisnis sebagai pedoman bagi para pedagang di Desa Tomok Parsaoran Nauli, Kec. Simanindo, Kabupaten Samosir. Dari evaluasi hasil kegiatan pengabdian dosen ini dapat dijelaskan bahwa pedagang yang tidak memahami sosialisasi tersebut berjumlah 4 orang atau 7 %, pedagang yang kurang memahami sosialisasi tersebut berjumlah 6 orang atau 10,7 %, pedagang yang memahami sosialisasi tersebut berjumlah 20 orang atau 35,7 % dan pedagang yang sangat memahami sosialisasi tersebut berjumlah 26 orang atau 46,4 %.

DAFTAR PUSTAKA

Budhi, Prihatminingtyas, 2019. *Etika Bisnis, Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*, Penerbit IRDH: Purwokerto.

Griffin, Ricky W dan Ebert, Ronald J, 2008. *Bisnis, ed 8 Jilid 1*. Penerbit Erlangga: Jakarta.

Madura, Jeff, 2001. *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama. Penerbit Salemba: Jakarta.

Sukirno Sadono, 2010. *Makro Ekonomi; Teori Pengantar, Edisi Ketiga*. Penerbit Raja Grasindo Persada: Jakarta.

Velasques, G, Manuel, 2005. *Etika Bisnis, Edisi 5*. Penerbit Andi: Yogyakarta.