

SOSIALISASI ETIKA BISNIS, KONSUMEN CERDAS, DAN DIGITALISASI UMKM SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KELURAHAN CANGAKANI

Findi¹, Elisabet Rahmani², Ajeng Zahrani³, Ananda Veronica⁴, Angelita Putri Vinoliawati⁵, Husna Fitria Arifatunnisa⁶, Arina Yuliana⁷, Aurela Isma Sakuntala⁸, Ayu Sogy Aprilia⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Universitas Sebelas Maret

Email: findi08@student.uns.ac.id¹, sabetrahani@student.uns.ac.id², zahrani144@studet.uns.ac.id³, anandaveronica2003@student.uns.ac.id⁴, vinoliawati@student.uns.ac.id⁵, hfa7100@student.uns.ac.id⁶, arinayuliana04@student.uns.ac.id⁷, aurelaisma@student.uns.ac.id⁸, ayusogy@student.uns.ac.id⁹

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Kelurahan Cangakan menghadapi tantangan dalam menjaga keberlanjutan usahanya, terutama terkait pemahaman etika bisnis, perilaku konsumen yang bijak, dan pemanfaatan teknologi digital. Metode penelitian pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR). PAR adalah metode yang menempatkan masyarakat sebagai objek penelitian, pelaku, periset, dan penerima manfaat penelitian. Kegiatan pengabdian ini dilakukan sebagai respons terhadap kebutuhan tersebut melalui pendekatan sosialisasi partisipatif. Materi yang disampaikan meliputi pentingnya legalitas usaha, sikap jujur dalam bisnis, kesadaran konsumen, serta strategi pemasaran digital. Para peserta, yang sebagian besar adalah pelaku UMKM, menunjukkan antusiasme tinggi dan mulai memahami manfaat pendekatan bisnis yang lebih etis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Hasil kegiatan memperlihatkan peningkatan kesadaran terhadap nilai-nilai dasar yang mendukung daya saing usaha. Meskipun belum dilengkapi dengan praktik teknis, kegiatan ini memberikan bekal awal yang penting untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan. Disarankan adanya tindak lanjut berbentuk pelatihan praktis berbasis kebutuhan lokal.

Kata Kunci: Digitalisasi, Etika Bisnis, Pengabdian, UMKM.

Abstract

Small businesses in Cangakan Village face several challenges, particularly in understanding ethical business conduct, smart consumer behavior, and digital adoption. This community service research method uses the Participatory Action Research (PAR) method. PAR is a method that places the community as the object of research, actors, researchers, and beneficiaries of research. This community engagement program was designed to respond to these needs through participatory outreach. The materials covered included business legality, responsible entrepreneurship, consumer awareness, and digital marketing basics. Participants mostly local MSMEs actors actively engaged and began to recognize the importance of ethical values and digital strategies in their business operations. The program successfully increased awareness

of key concepts that support competitiveness and sustainability. The interaction that occurred between the two speakers and participants showed that this socialization was not only informative, but also transformative, because it was able to open up new insights regarding local economic empowerment strategies based on values and sustainability. While no technical training was included, the session provided essential insights that can be further developed. It is recommended that future activities offer hands on training tailored to the local context.

Keywords: *Business Ethics, Dedication, Digitalization, MSMEs.*

PENDAHULUAN

UMKM memegang peranan krusial dalam sistem perekonomian nasional, dengan andil besar dalam mendorong pertumbuhan PDB serta menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Namun, UMKM di Kelurahan Cangakan menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing, terutama terkait dengan pemahaman etika bisnis, perilaku konsumen yang cerdas, dan adopsi teknologi digital. Kurangnya pemahaman mengenai pentingnya integritas, transparansi, serta pemanfaatan teknologi digital dalam operasional usaha seringkali menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM untuk berkembang dan bersaing di era ekonomi digital.

Dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Cangakan, kegiatan sosialisasi yang membahas etika bisnis, konsumen cerdas, dan digitalisasi UMKM menjadi sangat relevan. Pelaku usaha dan masyarakat belajar tentang pentingnya menjalankan usaha secara jujur, adil, dan bertanggung jawab, serta menjadi konsumen yang kritis dan sadar hak dan kewajiban mereka. Diharapkan juga bahwa pelatihan tentang pemasaran digital, penggunaan *e-commerce*, dan optimalisasi media sosial dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dan menghasilkan lebih banyak uang.

Etika bisnis menjadi aspek krusial dalam menjalankan usaha yang berkelanjutan. Kurangnya pemahaman pelaku UMKM tentang prinsip-prinsip etika dapat berdampak negatif pada reputasi dan keberlangsungan usaha mereka. Sosialisasi

etika bisnis kepada pelaku UMKM telah terbukti meningkatkan kesadaran dan penerapan praktik bisnis yang bertanggung jawab. (Aprianti et al., 2025) dalam kegiatan pengabdian di Lelamase menunjukkan bahwa sosialisasi etika bisnis dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya etika dalam operasional usaha mereka.

Perilaku konsumen yang cerdas juga mempengaruhi keberhasilan UMKM. Konsumen yang memiliki pengetahuan dan kesadaran akan hak dan kewajibannya cenderung memilih produk dan layanan yang memenuhi standar kualitas dan etika. Oleh karena itu, edukasi kepada konsumen tentang pentingnya menjadi konsumen yang cerdas perlu dilakukan secara berkelanjutan. Menurut (Maimunah et al., 2019) Pengusaha berusaha untuk mencapai tujuan utama loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen mereka dapat memastikan bahwa perusahaan akan mendapatkan keuntungan karena konsumen akan merekomendasikan ke konsumen lain. Pengusaha harus memahami pentingnya perilaku konsumen saat menentukan strategi yang diperlukan untuk mempertahankan dan memperluas pasar.

Di era teknologi informasi, digitalisasi sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital dalam operasional dan pemasaran usahanya cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Namun, di Kelurahan Cangakan, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami dan menerapkan etika bisnis

secara tepat, konsumen yang belum sepenuhnya cerdas dalam memilih produk, serta rendahnya adopsi teknologi digital dalam operasional usaha. Oleh karena itu, diperlukan intervensi melalui program sosialisasi yang terintegrasi untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM serta konsumen di wilayah tersebut.

METODE PENELITIAN

Pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR). Penelitian (Siswadi & Syaifuddin, 2024) mengatakan PAR adalah metode yang menempatkan masyarakat sebagai objek penelitian, pelaku, periset, dan penerima manfaat penelitian. Tujuan melibatkan masyarakat memperoleh ilmu dan pengetahuan agar mampu memecahkan masalah yang dihadapi, sehingga terciptanya perubahan.

Pengabdian ini dilaksanakan pada Minggu, 13 April 2025 dan melibatkan pelaku UMKM di Kelurahan Cangakan, Kabupaten Karanganyar. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan guna membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Sosialisasi membahas mengenai cara memahami perilaku konsumen, etika bisnis yang baik, dan pemasaran digital. Adanya sosialisasi ini diharapkan UMKM di Kelurahan Cangakan mampu berkembang dan mau memasarkan dagangannya secara digital supaya penjualan lebih meningkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan di Kelurahan Cangakan adalah satu upaya strategis guna meningkatkan daya saing bagi para pelaku UMKM di tengah tantangan ekonomi dan kemajuan teknologi, agar mampu beradaptasi dan bertahan dalam dinamika pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan ini diikuti oleh beberapa pelaku UMKM dan masyarakat sekitar di kelurahan

Cangkan. Tujuan diselenggarakannya kegiatan sosialisasi ini adalah untuk membantu para pelaku UMKM agar dapat memperluas pasarnya dan meningkatkan daya beli serta mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam jangka panjang. Hal ini sesuai dengan tema kegiatan sosialisasi yaitu “Mewujudkan Bisnis Berkelanjutan: Peran Etika Bisnis, Konsumen Cerdas dan Tenaga Kerja yang Berkualitas.”

Sosialisasi di Kelurahan Cangakan ini menghadirkan dua narasumber utama yang memberikan kontribusi besar terhadap pemahaman peserta. Narasumber pertama, Ibu Dwi Ningsih, S.Pd., yang merupakan seorang pelaku usaha sukses di bidang tekstil dan busana dengan merek “Bosso Batik.” Materi yang disampaikan dalam sosialisasi berkaitan dengan pentingnya legalitas usaha sebagai bagian dari etika bisnis yang bertanggung jawab. (Indrawati et al., 2024) juga menjelaskan bahwa pengakuan legal atas suatu usaha berperan sebagai perlindungan hukum dalam menjaga keberlangsungan usaha. Kepemilikan usaha tidak hanya melindungi pelaku usaha dari aspek hukum, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar, termasuk peluang kerjasama dengan instansi pemerintah maupun swasta. Selain itu, materi yang dibahas juga mengangkat isu strategis mengenai lingkaran kemiskinan yang sering menjebak masyarakat kecil. Pengembangan UMKM yang terstruktur dan berbasis nilai dapat menjadi salah satu solusi nyata dalam memutus rantai kemiskinan dengan menciptakan lapangan kerja dan memperkuat ekonomi keluarga. Narasumber kedua adalah Bapak Setiawan Budi Santosa, S.E., M.M., yang memberikan materi yang komprehensif mengenai konsep bisnis berkelanjutan yang terintegrasi dengan nilai-nilai etika bisnis dan kesadaran konsumen. UMKM saat ini dituntut tidak hanya berorientasi pada keuntungan, melainkan pada tanggung jawab

sosial, kelestarian lingkungan, dan transparansi informasi produk. Materi mengenai konsumen cerdas disampaikan dengan pendekatan praktis tentang pelaku usaha harus memahami pola pikir konsumen yang semakin kritis dan rasional dalam mengambil keputusan pembelian. Penekanan juga diberikan pada pentingnya menjaga mutu produk, pelayanan yang jujur, serta menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.



Gambar 1. Penyampaian materi sosialisasi oleh narasumber

Kegiatan sosialisasi yang dilangsungkan di Kelurahan Cangkan bukan hanya sekedar pertemuan satu arah untuk menyampaikan informasi, melainkan menjadi ruang diskusi antara narasumber dan peserta. Melalui observasi selama sosialisasi berlangsung, peserta tampak aktif dalam berdiskusi dan mengajukan pertanyaan, terutama yang membahas terkait proses perizinan usaha, strategi pemasaran etis, dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Beberapa UMKM mengaku baru menyadari pentingnya legalitas usaha sebagai aspek yang sebelumnya diabaikan karena dianggap rumit dan tidak mendesak. Peserta sosialisasi mengaku baru mengetahui bahwa dengan adanya legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) bukan sekedar persyaratan administratif untuk sebuah, melainkan juga bisa mendapatkan atau mengakses program-program pemerintah dan mampu bekerja sama dengan bisnis usaha yang lain secara luas. Selain itu, beberapa muda mudi warga Kelurahan Cangkan menyampaikan

ketertarikan untuk memulai usaha sendiri, namun menyadari perlunya landasan etika dan pemahaman pasar sebagai bekal awal dalam memulai sebuah usaha baru. (Nurhalim, 2023) dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa etika bisnis membahas bagaimana sebuah perusahaan seharusnya bertindak secara etis dan bertanggung jawab.

Kegiatan sosialisasi di Kelurahan Cangkan ini menghasilkan dampak positif dalam peningkatan kesadaran dan pengetahuan warga Kelurahan Cangkan, khususnya bagi para pelaku UMKM terhadap pentingnya membangun usaha secara etis dan berorientasi pada konsumen yang cerdas. Interaksi yang terjadi antara kedua narasumber dan peserta memperlihatkan bahwa sosialisasi ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif, karena mampu membuka wawasan baru mengenai strategi pemberdayaan ekonomi lokal yang berbasis pada nilai dan keberlanjutan.



Gambar 2. Sesi tanya jawab narasumber dengan peserta sosialisasi

Dampak positif lainnya terlihat dari ketertarikan peserta pada penyampaian materi tentang pemasaran digital yang juga membuka peluang baru bagi para UMKM di Kelurahan Cangkan. (Aditya & Rusdianto, 2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pemasaran digital bertujuan membantu bisnis meraih keuntungan dengan cara menarik pelanggan, membangun ketertarikan, dan memperkuat citra merek. Meskipun sebagian masih belum akrab dengan platform digital, banyak yang

menunjukkan minat untuk belajar lebih lanjut. Hal ini menandakan adanya potensi besar untuk pendampingan lanjutan dalam hal teknologi digital dan pemasaran *online*.



Gambar 3. Foto bersama seluruh peserta, narasumber, dan panitia sosialisasi

Secara umum, kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan ini memberikan sebuah pondasi awal yang kuat dalam membentuk pemahaman kepada para pelaku usaha terutama UMKM tentang penting etika bisnis dalam menjalankan bisnis usaha, kesadaran konsumen dalam praktik usaha sehari-hari, dan digitalisasi UMKM di Kelurahan Cangakan agar mampu bersaing di dunia bisnis. Meskipun dalam sosialisasi yang dilakukan belum disertai dengan praktik langsung atau pelatihan secara teknis, akan tetapi informasi yang diberikan mampu memberikan informasi dan pengetahuan sehingga dapat membuka wawasan dan memotivasi peserta untuk terus belajar dan mengembangkan usaha mereka. Untuk mendukung keberlanjutan dampak positif yang diperoleh ini, maka diperlukan adanya program tindak lanjut yang dilakukan untuk para UMKM berupa pendampingan dan pelatihan berbasis kebutuhan lokal yang lebih aplikatif, sehingga materi yang disampaikan pada sosialisasi dapat benar-benar diimplementasikan oleh para UMKM dengan optimal. Oleh karena itu, kegiatan serupa direkomendasikan untuk dilakukan secara berkala agar dapat mengawal proses

pendampingan dan penguatan daya saing UMKM secara berkelanjutan di tingkat lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sosialisasi bagi UMKM di Kelurahan Cangakan berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya etika bisnis, konsumen cerdas, dan digitalisasi dalam perkembangan usaha. Sosialisasi yang dilaksanakan juga mendorong kesadaran akan pentingnya legalitas sebagai bentuk tanggung jawab profesional untuk membangun kepercayaan konsumen dan memperluas pasar. Selain itu, warga Kelurahan Cangakan yang hadir sebagai peserta sosialisasi juga menunjukkan ketertarikan terhadap pemasaran digital serta mulai memahami manfaatnya dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Partisipasi aktif peserta dalam sosialisasi ini menandakan bahwa materi yang disampaikan sangat relevan dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, sosialisasi ini memberikan dampak positif dalam membentuk pola pikir pelaku UMKM menuju ekosistem usaha yang sehat, kompetitif, dan berkelanjutan.

Adapun saran dari pengabdian ini hendaknya sosialisasi digitalisasi serupa diadakan secara rutin melihat banyaknya UMKM yang ada di Kelurahan Cangakan yang masih belum mengikuti digitalisasi. Pada zaman seperti ini jika UMKM tidak melakukan promosi dan penjualan secara online sangat sulit bersaing dan berkembang dengan UMKM di luaran sana.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharma Nurhalim, A. (2023). Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya dalam Kemajuan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 14(2a), 11–20. <https://doi.org/10.47927/jikb.v14i2a.536>
- Indrawati, S., Harwanto, S. W., & Suryaman, A. (2024). Pentingnya Legalitas Usaha sebagai Pelindungan Hukum Bagi Perusahaan History Abstrak. In

-
- Eksaminasi: Jurnal Hukum* (Vol. 3, Issue 1).
- Kartin Aprianti, Hidratul Iftar, Nur Fauziah Nabila, Nurirna Sakinah, Fayzha Oktavia, Khairunnisah Khairunnisah, & Fitri Wulandari. (2025). Sosialisasi Etika Bisnis untuk Manajemen Usaha Pelaku UMKM di Lelamase. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 4(1), 01–07. <https://doi.org/10.58374/jmmn.v4i1.287>
- Maimunah, S., S1, P., Fakultas, M., & Dan Bisnis, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. In *Fakultas Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 2).
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- 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.