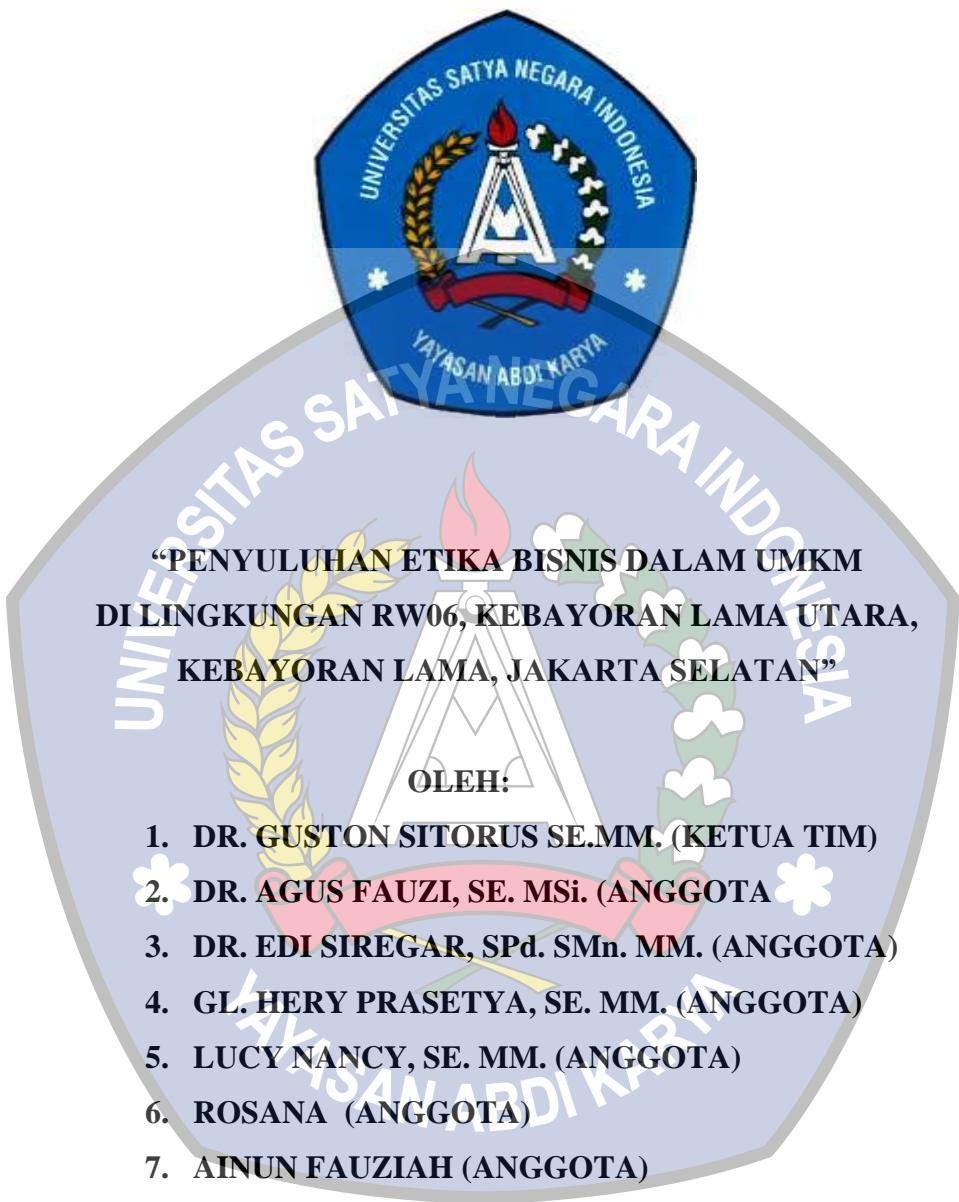


LAPORAN HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SEMESTER GANJIL 2021/2022

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PEBRUARI 2022**

HALAMAN IDENTITAS DAN PEGESAHAAN KEGIATAN P2M

- | | |
|--------------------------------------|---|
| 1. Judul | : "Penyuluhan Etika Bisnis Dalam Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM) di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan". |
| 2. Bidang Ilmu | : Manajemen |
| 3. Ketua Proyek | : |
| a. Nama | : Dr. Guston Sitorus, SE.MM. |
| b. NIK/NIDN | : 05.U03.05.90.00010/0302086502 |
| c. Jenis Kelamin | : Laki-laki |
| c. Pangkat/Golongan | : Pembina/IV-A |
| d. Jabatan Fungsional | : Lektor Kepala |
| e. PTS | : Universitas Satya Negara Indonesia |
| f. Fakultas/Jurusan | : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen |
| g. Alamat Kantor | : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan |
| h. Alamat Rumah | : Jl. Kerja Bakti III No.11 RT008/002 Makasar Jakarta Timur, |
| 4. Lokasi Kegiatan PkM | : Lingkungan RW06, Kebyoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. |
| 5. Tempat Pelaksanaan | : Kampus USNI |
| 6. Waktu Kegiatan | : September 2021 s/d Januari 2022 |
| 7. Biaya yang diperlukan | : Rp. 10.000.000,- |
| a. Anggaran USNI | : Rp. 6.500.000,- |
| b. Pribadi Tim | : Rp. 3.500.000,- + |
| Jumlah | : Rp. 10.000.000,- |
| <i>Mengatahui,</i>
Dekan FEB-USNI | |
| L. Hery Prasetya, SE, MM | Jakarta, Februari 2022
Ketua Proyek PkM,

(Dr. Guston Sitorus, SE.MM)
NIK: 05.U03.05.90.00010 |

(G.L. Hery Prasetya, SE, MM)

NIK: 05.U03.08.15.00143

Jakarta, Februari 2022
Ketua Proyek PkM,

(Dr. Guston Sitorus, SE, MM.)

**Mehyetjuji,
Ketua APM USNI.
(Dr. Armen Nainggolan, M.Si)**

(6)

RINGKASAN

Pendahuluan

Etika bisnis merupakan hal yang penting dalam bidang usaha baik untuk perusahaan maupun lingkungannya. Karena berkat etika bisnis perusahaan bisa bertahan dan tetap eksis. Jadi etika bisnis sangat penting untuk menjalankan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Jadi semua bisnis baik dalam skala kecil maupun skala besar sangat membutuhkan etika bisnis maka dari itu para pelaku ekonomi sangat dianjurkan untuk memperhatikan etika bisnis saat hendak menjalankan bisnisnya, agar bisnis dan usaha yang dijalankan dapat berjalan baik dan bertahan lama serta memiliki daya saing dengan yang lain. Pelaku UMKM di Indonesia juga belum menerapkan Etika Bisnis dengan baik, apalagi di zaman pandemic covid 19 yang mengakibatkan krisis ekonomi yang berkepanjangan dan sangat berdampak terhadap kehidupan masyarakat luas. Sehingga banyak pelaku bisnis hanya untuk menjaga kelangsungan hidupnya dengan tanpa memperhatikan etika bisnis, atau bahkan cenderung menghalalkan segala cara demi sesuap nasi. Etika bisnis juga berhubungan dengan produksi, penetapan harga, distribusi, dan promosi, untuk itu para pelaku bisnis yang beretika berkonsistensi terhadap citra perusahaan dengan cara memberikan pelatihan kepada para pekerja mengenai etika. Pedagang kecil di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada umumnya belum melaksanakan etika bisnis dalam menjalankan usahanya, karena mereka belum memahami betul secara detail seberapa penting penerapan etika bisnis dalam usahanya.

Solusi Permasalahan

Untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi para pedagang kecil di lingkungan RW06, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan maka perlu dilakukan penyuluhan dengan Topik **“Penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan”**.

Luaran Penyuluhan

Luaran penyuluhan diharapkan akan dapat meningkatkan kemampuan para pedagang kecil tentang pemahaman terhadap Etika Bisnis UMKM, yang meliputi pedagang kecil memahami Pentingnya Etika Bisnis Dalam UMKM, Etika Bisnis Dalam Produksi, Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga, Etika Bisnis Dalam Distribusi, dan Etika Bisnis Dalam Promosi.

Pengukuran Luaran

Solusi terhadap setiap permasalahan yang dihadapi para pedagang kecil yang dilaksanakan melalui penyuluhan yang akan memberikan luaran yang dapat diukur secara kuantitatif, yaitu akan dibuktikan berapa besar perbedaan kemampuan pedagang kecil sebelum dan sesudah mengikuti penyuluhan, dengan menggunakan UJI BEDA, yaitu Uji Beda (*T Test*) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*).

Hasil Penyuluhan

Kemampuan pedagang kecil sebelum mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat kurang memahami dan sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat memahami. Pelaksanaan PkM dengan topik ”Penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan” dapat dikatakan berhasil; meningkatkan kemampuan pedagang kecil dalam memahami Etika Bisnis Dalam UMKM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan perlindunganNya sehingga penyusunan laporan hasil pengabdian kepada masyarakat ini dapat kami selesaikan dengan baik. Laporan hasil pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini disusun sesuai dengan topik yang sudah disetujui.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) telah menugaskan kami untuk melaksanakan PkM pada Semester Ganjil 2021/2022 ini dengan topik **“PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RW06, KEBAYORN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN”**

PkM ini telah kami laksanakan mulai bulan September 2021 sampai dengan Januari 2022 dan semua berjalan dengan lancar sesuai dengan yang telah direncanakan. Kami Tim PkM Dosen Tetap dan Mahasiswa Program Studi Manajemen mengucapkan terimakasih kepada Pimpinan USNI, Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Kepala LPPM USNI, serta kepada Bapak Chairul Anwar sebagai Ketua RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan yang telah bersedia menjadi lokasi pelaksanaan PkM ini.

Semoga pelaksanaan PkM ini bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi pedagang kecil di lingkungan RW06, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.

Jakarta Januari 2022

Ketua Tim PkM

Dr. Guston Sitorus, SE.MM.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Analisis Sistuasi	1
1.2. Permasalahan Mitra	3
BAB II. SOLUSI DAN TARGET LUARAN	
2.1. Solusi Permasalahan	4
2.2. Luaran Penyuluhan	9
2.3. Pengukuran Luaran	9
BAB III. METODOLOGI PENYULUHAN	
3.1. Tempat dan Waktu	10
3.2. Inventarisasi Peserta	10
3.3. Metodologi Penyuluhan	10
3.4. Pelaksanaan Penyuluhan	11
3.5. Analisis Data	11
3.6. Uji Hipotesis	12
BAB VI. SUSUNAN TIM PKM	13
BAB V. BIAYA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT	
5.1. Sumber Dana	15
5.2. Pengeluaran	15

BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. Pelaksanaan Penyuluhan	16
6.2. Profil Peserta Penyuluhan	17
6.3. Kemampuan Awal dan Akhir Penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM	20
6.4. Keberhasilan Penyuluhan Memahami Perilaku Konsumen UMKM	23
6.5. Uji Perbandingan Dua Rata-rata (<i>Paired Samples Test</i>)	24

BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan	26
7.2. Saran	26

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

TABEL 6.1 : JENIS KELAMIN RESPONDEN	17
TABEL 6.2 : USIA RESPONDEN	18
TABEL 6.3 : STATUS PENDIDIKAN	18
TABEL 6.4 : HASIL PENJUALAN PER HARI	19
TABEL 6.5 : USIA USAHA	20
TABEL 6.6 : REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM	21
TABEL 6.7 : REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM	22
TABEL 6.8. : KEBERHASILAN PENYULUHAN	23
TABEL 6.9. : <i>PAIRED SAMPLES STATISTICS</i>	24
TABEL 6.10.: <i>PAIRED SAMPLES CORRELATIONS</i>	24
TABEL 6.11.: <i>PAIRED SAMPLES TEST</i>	25

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 :	SURAT TUGAS DEKAN FAKULTS EKONOMI DAN BISNIS TENTANG PELAKSANAAN PkM	28
LAMPIRAN 2 :	DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN PkM	28
LAMPIRAN 3 :	SURAT KETERANGAN DARI KETUA RW06 KEB. LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN	30
LAMPIRAN 4 :	SERTIFIKAT DARI DEKAN FEB USNI DAN KETUA RW06 KEB. LAMA UTARA	30
LAMPIRAN 5 :	DATA KASAR JAWABAN SEBELUM PENYULUHAN	36
LAMPIRAN 6 :	DATA KASAR JAWABAN SESUDAH PENYULUHAN	37
LAMPIRAN 7 :	REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN UMKM	38
LAMPIRAN 8 :	REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN UMKM	39
LAMPIRAN 9 :	JADWAL PENYULUHAN PkM	40
LAMPIRAN 10:	FOTO IDENTITAS PESERTA PENYULUHAN	41
LAMPIRAN 11:	FOTO PELAKSANAAN PENYULUHAN	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Etika bisnis merupakan hal yang penting dalam bidang usaha baik untuk perusahaan maupun lingkungannya. Karena berkat etika bisnis perusahaan bisa bertahan dan tetap eksis. Jadi etika bisnis sangat penting untuk menjalankan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Jadi semua bisnis baik dalam skala kecil maupun skala besar sangat membutuhkan etika bisnis maka dari itu para pelaku ekonomi sangat dianjurkan untuk memperhatikan etika bisnis saat hendak menjalankan bisnisnya, agar bisnis dan usaha yang dijalankan dapat berjalan baik dan bertahan lama serta memiliki daya saing dengan yang lain.

Salah sector yang paling banyak ditekuni masyarakat Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam meningkatkan pertumbuhan kegiatan bisnisnya, pelaku UMKM tentu akan menemui berbagai kendala, antara lain terkait permodalan, pelayanan kepada konsumen, penerapan etika bisnis, dan sebagainya. Karena dunia bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika bisnis, kenyataannya masih banyak perilaku bisnis yang tidak beretika bahkan hampir di semua negara kurang memperhatikan etika dalam berbisnis, misalnya perusahaan jepang yang terlambat menarik produk TV-nya yang ternyata menyebabkan terlalu panas dan akhirnya kebakaran. Perusahaan Nike membayar upah pekerja yang rendah untuk mendapatkan harga yang tinggi. Tetapi ada juga perusahaan yang melaksanakan etika bisnis dalam praktik bisnisnya. Misalnya, Nestle di India yang membantu para peternak sapi sehingga produksi susu sapi meningkat 50 kali lipat dan taraf hidup para peternak pun secara otomatis juga meningkat. Hal yang sama juga Arnotts, perusahaan biskuit Australia yang berani menarik seluruh produknya sekalipun ada orang yang mau memberitahu produk mana yang beracun asal diberi sejumlah uang. Perusahaan tersebut lebih suka menarik produknya demi keselamatan masyarakat dan dampaknya luar biasa, enam bulan kemudian pendapatan perusahaann naik tiga kali lipat.

Pelaku bisnis UMKM di Indonesia juga belum menerapkan Etika Bisnis dengan baik, apalagi di zaman pandemic covid 19 yang mengakibatkan terjadinya krisis ekonomi yang berkepanjangan dan sangat berdampak terhadap semua aspek kehidupan masyarakat, terutama kegiatan-kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat, yaitu antara lain Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sehingga banyak masyarakat yang melakukan kegiatan-kegiatan bisnis hanya untuk menjaga kelangsungan hidupnya dengan tanpa

memperhatikan etika bisnis, atau bahkan cenderung menghalakna segala cara demi sesuap nasi. Jika perusahaan tidak menggunakan etika dalam berbisnis, maka perusahaan akan lepas kendali, menggunakan berbagai cara, mengorbankan apa saja demi mencapai tujuan dan bahkan melanggar hukum yang ditetapkan oleh pemerintah. Etika bisnis juga berhubungan dengan produksi, penetapan harga, distribusi, dan promosi, untuk itu para pelaku bisnis yang beretika berkonsistensi terhadap citra perusahaan dengan cara memberikan pelatihan kepada para pekerja mengenai etika.

Pedagang kecil di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada umumnya belum melaksanakan etika bisnis dalam menjalankan usahanya, karena mereka belum memahami betul secara detail seberapa penting penerapan etika bisnis dalam usahanya.

Selain beberapa kendala yang dihadapi para pedagang kecil, ternyata terdapat beberapa kelemahan yang juga dialami para pedagang kecil, yaitu antara lain aspek kelemahan struktural, yaitu kelemahan dalam strukturnya, misalnya kelemahan dalam bidang manajemen dan organisasi kelemahan dalam pengendalian mutu, kelemahan dalam mengadopsi dan penguasaan teknologi, kesulitan mencari permodalan, tenaga kerja masih lokal, dan terbatasnya akses pasar. Kelemahan kedua, kelemahan kultural, mengakibatkan kelemahan struktural, kurangnya akses informasi dan lemahnya berbagai persyaratan lain guna memperoleh akses permodalan, pemasaran, dan bahan baku seperti informasi peluang dan cara memasarkan produk, informasi untuk mendapatkan bahan baku murah dan mudah didapat informasi untuk memperoleh fasilitas dan bantuan pengusaha besar dalam menjalin hubungan kemitraan untuk memperoleh bantuan permodalan dan pemasaran informasi tentang tata cara pengembangan produk baik desain, kualitas maupun kemasannya, serta informasi untuk menambah sumber permodalan dengan persyaratan yang terjangkau.

Dengan memperhatikan dan menganalisis berbagai kendala yang dihadapi para pedagang kecil di lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan di atas maka sangat diperlukan penyuluhan untuk meningkatkan kemampuannya memahami Etika Bisnis. Dosen Tetap dan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI akan melaksanakan penyuluhan dengan topik **“PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RW06 KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN”**.

1.2. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi Mitra UKM atau pedagang kecil di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, meliputi pedagang kecil belum memahami Pentingnya Etika Bisnis, belum memahami Etika Produksi dalam UMKM, belum memahami Etika Penetapan Harga dalam UMKM, belum memahami Etika Distribusi dalam UMKM, dan belum memahami Etika Promosi dalam UMKM.



BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1. Solusi Permasalahan

Untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi para pedagang kecil di lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan maka perlu dilakukan penyuluhan. Adapun materi penyuluhan yang akan diberikan kepada para pedagang kecil tersebut adalah yang berhubungan dengan Etika Bisnis yang meliputi Pentingnya Etika Bisnis, Etika Produksi dalam UMKM, Etika Penetapan Harga dalam UMKM, Etika Distribusi dalam UMKM, dan Etika Promosi dalam UMKM.

1. Etika Produksi Dalam UMKM

Etika Produksi adalah seperangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menegaskan tentang benar dan salahnya hal-hal yang dikukan dalam proses produksi atau dalam proses penambahan nilai guna barang. Tujuan Produksi antara lain memperbanyak jumlah barang dan jasa, menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas tinggi, memenuhi kebutuhan sesuai dengan peradaban, mengganti barang-barang yang rusak atau habis, memenuhi pasar dalam negeri untuk perusahaan dan rumah tangga, memenuhi pasar internasional, dan meningkatkan kemakmuran.

Standar produksi adalah panduan yang dapat dipergunakan dalam proses produksi. Standar produksi memberikan pedoman sebagai dasar untuk pengambilan keputusan-keputusan mulai dari disain, pabrikasi, perakitan sampai menjadi produk jadi.

Ketika kita menjalankan sebuah bisnis ataupun usaha produksi, maka sudah tentu kita akan dihadapkan pada sejumlah peraturan dan juga undang-undang yang berlaku. Terkait dengan sejumlah ketentuan pemerintah tersebut, hal ini dilakukan untuk menjaga dan juga menerapkan sejumlah kewajiban dan juga hak-hak kita sebagai seorang pelaku bisnis. Adapun standar produksi yang harus dipatuhi para pengusaha, yaitu:

1. BSN (Badan Standardisasi Nasional)

BSN yaitu merupakan Lembaga Pemerintah Non Departemen dengan tugas pokok mengembangkan dan membina kegiatan standarisasi di Indonesia. BSN dibentuk dengan Keputusan Presiden No. 13 Tahun 1997 yang disempurnakan dengan Keputusan Presiden No. 166 Tahun 2000 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi,

Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen sebagaimana telah beberapa kali diubah dan yang terakhir dengan Keputusan Presiden No. 103 Tahun 2001.

2. SNI (Standar Nasional Indonesia)

SNI adalah satu-satunya standar yang berlaku secara nasional di Indonesia. SNI dirumuskan oleh Komite Teknis (dulu disebut sebagai Panitia Teknis) dan ditetapkan oleh BSN. SNI merupakan Peraturan Menteri Perdagangan No.72/MDAG/PER/9/2015), peraturan tersebut mewajibkan barang – barang dalam kategori tertentu harus diproduksi sesuai dengan SNI. Beberapa produk yang tidak sesuai dengan standar SNI, maka tidak diizinkan untuk beredar di pasaran. Label SNI tersebut dapat terlihat pada barang-barang yang diproduksi dalam negeri sebagai wujud rasa cintanya terhadap tanah air dan bangga terhadap produk-produk local indonesia dibandingkan dengan produk luar negeri. Label SNI tersebut dapat terlihat pada berbagai barang seperti: peralatan makanan dan minuman, produk air mineral dalam kemasan, produksi bahan pangan, serta produk elektronik. Label SNI tersebut berfungsi untuk memberikan jaminan standar kualitas dan kelayakan bahwa barang tersebut sudah lulus dan sesuai dengan standar yang diberlakukan oleh pemerintah. Label SNI juga dapat menjadi jaminan kemanan bagi konsumen yang menggunakan barang – barang tersebut dan perlindungan bagi hak dan juga kewajiban produsen barang tersebut.

3. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Berdasarkan pasal 2 pada Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), BPOM mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pemerintahan bidang pengawasan Obat dan Makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. BPOM dibagi menjadi dua lembaga/organisasi yaitu : Departemen Kesehatan dan MUI yang dimana MUI merupakan pencetak logo standar Halal. Jika obat-obatan ataupun makanan tersebut sudah mendapatkan standar halal maka obat-obatan ataupun makanan tersebut dapat dikatakan layak untuk dikonsumsi. Kelemahan dalam Standar halal ini adalah banyaknya produk dari luar negeri yang justru malah meminta izin untuk mendapatkan standar halal tersebut dibandingkan produk dalam negeri sendiri.

4. ISO 9000

ISO 9000 Tentang peningkatan kegiatan produksi, merupakan seri standar system manajemen mutu yang paling banyak digunakan di seluruh dunia, ribuan organisasi dan juga perusahaan menggunakan standar ini untuk membangun system manajemen mutu yang efektif. Standar tersebut menetapkan persyaratan – persyaratan dan rekomendasi yang mendasar bagi organisasi ataupun perusahaan yang berminat untuk menggunakan standar ini. ISO 9000 dapat menjamin proses yang dilaksanakan sesuai dengan system manajemen mutu yang ditetapkan. ISO 9000 juga ditetapkan sebagai dasar yang kokoh di dalam membangun sikap dan keinginan bagi setiap kemajuan atau peningkatan. Manfaat ISO 9000 adalah untuk membantu mengembangkan dan memperluas bisnis ke pasar baru dan global, meningkatkan kepuasaan pelanggan, serta system manajemen yang terdokumentasi dengan baik.

5. ISO 14000

ISO 14000 Tentang peningkatan pola produksi berwawasan lingkungan, ramah lingkungan dengan sasaran K3 dan lingkungan maksimal dengan limbah nol. ISO 14000 merupakan kumpulan standar dalam bidang lingkungan hidup. Standar-standar ISO 14000 terkait dengan cara sebuah perusahaan mencegah kerusakan lingkungan seminimal mungkin akibat aktivitasnya. Perusahaan juga berkewajiban memantau dan meningkatkan aktivitas kerja lingkungannya. ISO 14000 yang menitikberatkan pada manajemen lingkungan diterapkan secara sukarela oleh perusahaan. ISO 14000 diperkenalkan kepada khalayak di awal tahun 90-an dan termasuk ke dalam aspek pengelolaan mutu, bukan hanya aspek teknis atau ekonomis saja.

2. Etika Penetapan Harga Dalam UMKM

Harga merupakan sejumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Etika penetapan harga dalam bisnis merupakan pengestimasian, dan menentukan harga yang layak untuk menawarkan barang produksinya di pasaran yang dapat menghasilkan laba semaksimal mungkin. Harga sendiri adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Penetapan harga dapat dilihat dari pengakumulasi biaya - biaya produksi yang telah dikeluarkan, dan juga sesuai dengan pertimbangan perusahaan untuk mendapatkan sebuah keuntungan yang maksimal karena jika perusahaan tersebut tidak

untung maka perusahaan tersebut sama saja dianggap tidak memiliki etika di dalam menetapkan sebuah harga di dalam bisnisnya. Dalam proses penetapan harga suatu barang terdapat berbagai pertimbangan yang harus perusahaan lakukan seperti pertimbangan atas pembelian bahan baku, fix cost (sewa, bangunan, gaji, dll), variable cost (biaya lembur, alat produksi, dll), total cost, dan overhead cost. Dimana beban-beban tersebut akan mempengaruhi penetapan harga suatu barang yang diproduksi oleh perusahaan.

3. Etika Distribus Dalam UMKM

Etika Distribusi adalah seperangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menegaskan tentang benar dan salahnya hal-hal yang dilakukan dalam proses distribusi atau pemindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Karena Etika distribusi dalam suatu bisnis merupakan seperangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menegaskan tentang benar dan salahnya hal-hal yang dikukan dalam proses distribusi atau pemindahan barang/jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Dan etika distribusi dalam promotion mix juga dikatakan sebagai pendistribusian dari produsen langsung ke tangan konsumen.

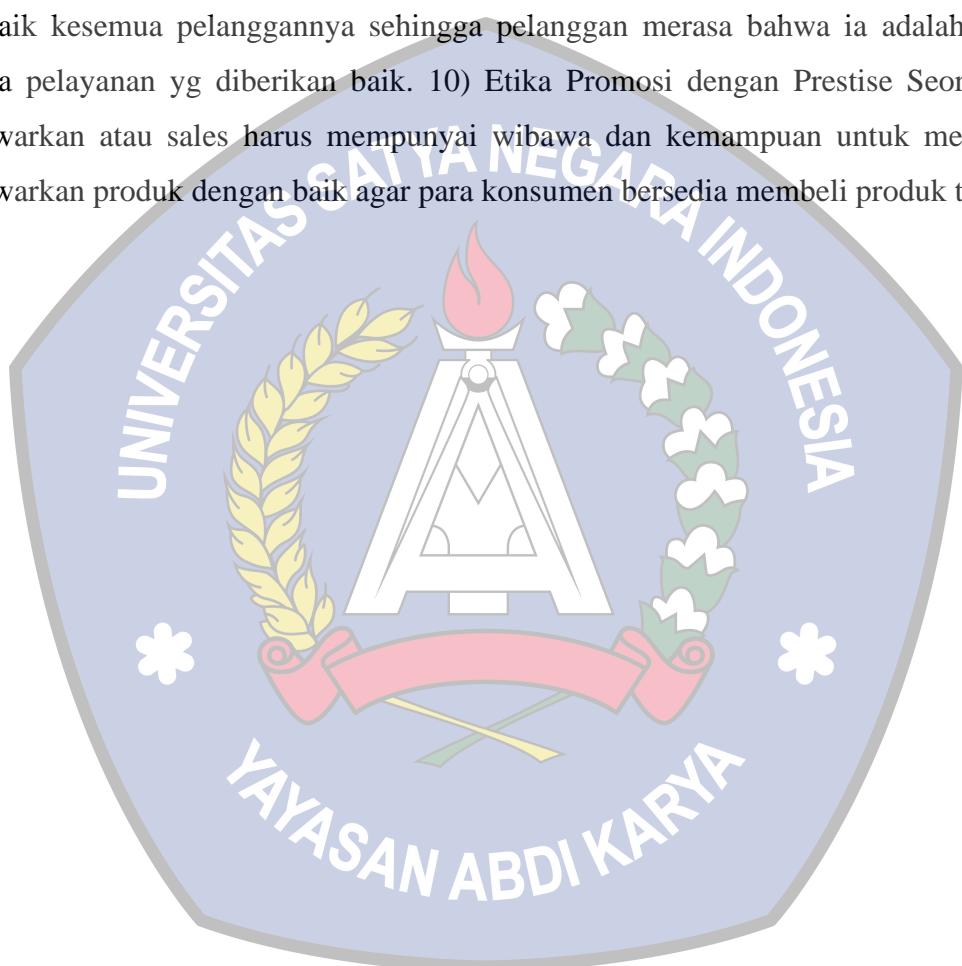
Adapun beberapa Tujuan dalam Etika Distribusi, yaitu: 1) Agar barang atau jasa tersalurkan dari tangan produsen ke tangan konsumen, maksudnya adalah bagaimana barang tersebut yang selesai diproduksi kemudian di distribusikan kepada konsumen agar konsumen dapat dengan mudah mendapatkan barang tersebut. 2) Agar tujuan perusahaan tercapai, setiap perusahaan memproduksi sebuah barang dan menginginkan keuntungan sebagai tujuan utama nya. Maka dari itu saluran distribusi ini dilakukan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. 3) Agar konsumen lebih mudah mendapatkan barang atau jasa, maksudnya adalah bagaimana cara perusahaan mendistribusikan suatu barang agar barang tersebut dapat didapatkan dengan mudah oleh para konsumen. 4) Agar tercapai kepuasan konsumen, Ketika suatu barang dapat dengan mudah didapatkan oleh konsumen disitulah letak kepuasan konsumen. 5) Agar tercapai pemerataan atau keadilan bagi konsumen, suatu barang didistribusikan dengan baik dan merata agar setiap konsumen dibeberapa daerah dapat membeli produk tersebut. 6) Meningkatkan kualitas dan kuantitas barang dan jasa. 7) Meningkatkan nilai guna barang dan jasa, dalam pendistribusianya Ketika dijalankan dengan benar maka nilai guna barang tersebut menjadi meningkat.

4. Etika Promosi Dalam UMKM

Etika Promosi adalah seperangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menegaskan tentang benar dan salah yang digunakan untuk menawarkan produk dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli dan menkonsumsi suatu produk. Karena Etika promosi dalam bisnis merupakan seperangkat prinsip-prinsip dan nilainilai yang menegaskan tentang benar dan salah yang digunakan untuk menawarkan produk dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Dimana kegiatan dari promosi sendiri adalah menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Promosi merupakan salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yaitu 4P: Price (Harga), Product (Produk), Promotion (Promosi), and Place (Tempat).

Adapun beberapa Jenis Etika Promosi, yaitu 1) Etika Promosi dengan Kuantitas Perusahaan harus menataati etika bisnisnya untuk memasarkan suatu barang yang berhubungan dengan kuantitas atau seberapa banyak produk yang dihasilkan. Misal seorang sales mempunyai barang sebanyak 7 unit maka dari itu yang dipromosikan juga harus berjumlah 7 unit jangan menawarkan barang lebih dari barang yang tersedia. 2) Etika Promosi dengan Kualitas Ketika mempromosikan barang dengan spesifikasi tertentu maka barang tersebut harus seuai dengan spesifikasi yang ditawarkan atau dengan kualitas yang baik agar konsumen tidak merasa terbohongi terhadap barang tersebut. 3) Etika Promosi dengan Kepuasan Ketika mempromosikan barang dan mempunyai potongan harga perusahaan harus melihat konsumen tersebut puas atau tidaknya terhadap potongan atau diskon yang diberikan. 4) Etika Promosi dengan Ketepatan Ketika mempromosikan suatu barang dengan spesifikasinya maka dengan barang aslinya harus sama dengan spesifikasi yang ditawarkan tanpa mengurangi atau menambah sesuatu agar konsumen tergiur untuk membeli produk tersebut. 5) Etika Promosi dengan Kecepatan Ketika mempromosikan barang dan mengirimkan barang harus ada ketepatan waktu pengantaran agar pada konsumen tidak kecewa karena menunggu barang yang terlalu lama sampainya. 6) Etika Promosi dengan Kepastian Jika sales menjual sebuah produk yang mana didalam produk tersebut dijanjikan akan membantu para pembelinya dalam hal tertentu aka dari itu produk tersebut harus dipastikan dapat membantu para pembeli sehingga konsumen merasa puas dan mendapatkan kepastian dari produk tersebut. 7) Etika Promosi dengan

Kemudahan sebuah produk harusnya dapat membantu para konsumennya memperoleh kemudahan dalam pemakaian sehari-hari maka dari itu barang yg dipromosikan tersebut harus memudahkan atau mudah digunakan oleh para pembeli. 8) Etika Promosi dengan Keadilan Ketika seorang menawarkan barang kepada satu orang dengan yang lain sales harus berlaku adil dan jangan memilah-milah pelanggan. Contohnya: Ketika sales yang berada di mall hanya menawarkan produknya kepada sosok konsumen yang terlihat rapih dan tidak menawarkan barang dagangannya kepada sosok konsumen yang biasa saja. 9) Etika Promosi dengan Pelayanan pelayanan yang diberikan oleh seorang sales harus ramah dan baik kesemua pelanggannya sehingga pelanggan merasa bahwa ia adalah raja dan merasa pelayanan yg diberikan baik. 10) Etika Promosi dengan Prestise Seorang yang menawarkan atau sales harus mempunyai wibawa dan kemampuan untuk menjual dan menawarkan produk dengan baik agar para konsumen bersedia membeli produk tersebut



BAB III

METODOLOGI PENYULUHAN

3.1. Tempat dan Waktu

Pelaksanaan Penyuluhan Etika Bisnis dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dilakukan di lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Waktu pelatihan dilaksanakan mulai bulan September 2021 sampai dengan Januari 2022, yang meliputi kegiatan mulai dari persiapan, pencarian data, dan informasi peserta, pelaksanaan penyuluhan sampai dengan penyusunan laporan kegiatan PkM.

3.2. Inventariasi Peserta

Sebelum melakukan penyuluhan terlebih dahulu menginventarisasi peserta dengan cara mempelajari data demografis RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Dari kegiatan inventarisasi ini akan diperoleh beberapa hal penting, antara lain gambaran umum penduduk yang meliputi usia, pendidikan, dan pekerjaan. Hasil inventarisasi ini akan menjelaskan profil peserta penyuluhan. Penyuluhan ini akan diikuti 20 pedagang kecil yang berada di lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.

3.3. Metodologi Penyuluhan

- a. Penyuluhan ini akan dilakukan dengan metode ceramah dimana peserta akan diberikan penjelasan baik secara teori dan ilustrasi yang relevan dengan topik.
- b. Bahan dan Alat Pelatihan

Beberapa bahan dan alat penyuluhan yang dibutuhkan, antara lain persiapan ruangan, spanduk, kuesioner, toa, materi pelatihan (power point), lap top, dan proyektor (infokus).

- c. Pemberdayaan Pegusaha Kecil dan Menengah

Pendekatan ini dilakukan untuk mengembangkan kemampuan pedagang kecil agar semakin mampu mengelola usahanya sehingga akan dapat melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat setempat dan pada gilirannya dapat meningkatkan penghasilan.

- d. Pengusaha Kecil dan Menengah Binaan

Pendekatan ini dilakukan adalah membuat suatu kerjasama yang berkesinabungan antara USNI dengan pengusaha kecil dan menengah, artinya USNI dalam hal ini

Fakultas Ekonomi mengaplikasikan ilmunya untuk membina pengusaha kecil dan menengah agar dapat mengelola usahanya lebih maju.

3.4. Pelaksanaan Penyuluhan

a. Tahap Awal

Pada tahap awal ini dibagikan kuesioner kepada peserta untuk diisi, tujuannya adalah untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti penyuluhan (pre test).

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan tahap lanjutan dari tahap awal, yaitu melaksanakan penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM, yang terdiri dari Pentingnya Etika Bisnis dalam UMKM, Etika Produksi Dalam UMKM, Etika Penetapan Harga Dalam Bisnis, Etika Distribusi Dalam UMKM, dan Etika Promosi Dalam UMKM

c. Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini kepada peserta dibagikan kembali kuesioner yang sama pada tahap awal, tujuannya adalah untuk mengatahui kemampuan peserta sesudah mengikuti penyuluhan (post test).

3.5. Analisis Data

a. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penyuluhan ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari jawaban para peserta penyuluhan, yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

b. Analisis Deskriptif

Analisis pendahuluan dengan menggunakan statistic, yaitu mendeskripsikan data-data masing-masing variabel secara partial. Statistik deskriptif yang digunakan adalah rata-rata (mean), modus (nilai yang sering muncul), median (nilai tengah), standar deviasi, variansi, frekuensi, dan histogram.

c. Pengolahan Data

Data yang sudah dikumpulkan melalui kuesioner selanjutnya akan diolah dengan menggunakan matematika dan statistic sederhana, yaitu menjumlahkan, mengurangi, membagi, dan mengalikan data yang sudah dikumpulkan. Sedangkan untuk melakukan analisis deskriptif dan uji hipotesis digunakan soft ware SPSS versi 26,0.

3.6. Uji Hipotesis

Data yang sudah dikumpulkan dan dianalisis kemudian dilakukan uji hipotesis, yaitu dengan menggunakan Uji Beda (*T Test*) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*), yaitu menganalisis perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan, yang meliputi *Paired Samples Statistics*, *Paired Samples Correlations*, dan *Paired Samples Test*

a. *Paired Samples Statistics*

Paired Samples Statistics menjelaskan tentang statistik data dari sampel berpasang-pasangan, yaitu kemampuan rata-rata sebelum mengikuti penyuluhan dan sesudah penyuluhan.

b. *Paired Samples Correlations*

Paired Samples Correlations menjelaskan seberapa besar hubungan antara kemampuan peserta sebelum penyuluhan dengan sesudah penyuluhan.

c. *Paired Samples Test*

Paired Samples Test menjelaskan tentang hasil uji sampel berpasangan apakah signifikan atau tidak, dengan memperhatikan nilai signifikansi (Sig 2-tailed) sebesar 0,000 nilainya kurang dari 0,05. maka kesimpulannya ada perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

Ho : Tidak ada perbedaan nilai tes antara sebelum dan setelah penyuluhan.

Ha : Ada perbedaan nilai tes antara sebelum dan setelah pelatihan.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$: maka Ho ditolak dan Ha diterima. Nilai t tabel dapat dilihat pada tabel statistik untuk tingkat signifikansi $0,05 : 2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dan dengan derajat kebebasan (df) $n-1$.

BAB IV

SUSUNAN TIM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. Judul Pengabdian : **“Penyuluhan Etika Bisnis Dalam Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM) di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan”.**
2. Bidang Ilmu : Manajemen
3. Ketua Proyek :
- a. Nama : Dr. Guston Sitorus, SE.MM.
 - b. NIK/NIDN : 05.U03.05.90.00010/0302086502
 - c. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - d. Pangkat/Golongan : Penata/IV-B
 - e. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - f. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - g. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
 - h. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - i. Alamat Rumah : Jl. Kerja Bakti III No.11 RT008/002 Makasar, Jakarta Timur.
4. A. Anggota-1
- a. Nama : Dr. Agus Fauzi, SE. MSi.
 - b. NIK/NIDN : 3301071708680004 / 0617086801
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. Pangkat/Golongan : Lektor/IIID
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - f. Fakultas/Jurusan : Pasca Sarjana/Manajemen
 - g. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - h. Alamat Rumah : Jl. Cileungsi_Jonggol Raya km 23,2
Citra Indah City Cluster Bukit Vignolia Blok AH07/11 RT016/RW 09 Desa Singajaya Kec. Jonggol Kab. Bogor, Kode Pos 16830
- B. Anggota-2:
- a. Nama : Dr. Edi Siregar, SPd. SMn. MM.
 - b. NIK/NIDN : 36740504720001/0301047204
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. Pangkat/Golongan : Penata/IIIC
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 - g. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - h. Alamat Rumah : Jl. Pahlawan No.7 Rempoa Rt.003/08 Ciputat Timur- Kota Tangerang

C. Anggota-3:

- a. Nama : GL. Hery Prasetya, SE.MM.
- b. NIK/NIDN : 05.U03.08.15.00143/0627026701
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki
- d. Pangkat/Golongan : Penata Tingkat I/III-D
- e. Jabatan Fungsional : Lektor
- f. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
- g. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
- h. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
- i. Alamat Rumah : Jl. Warakas`VI, Gg. 18, No.92, Papanggo
Tanjung Priok – Jakarta Utara

D. Anggota-4:

- a. Nama : Lucy Nancy, SE.MM.
- b. NIK/NIDN : 05.U03.09.96.00025/0301126302
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Pangkat/Golongan : Penata Muda/III-C
- e. Jabatan Fungsional : Lektor
- f. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
- g. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
- h. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan

E. Anggota-4:

- a. Nama : Rosana
- b. NIM : 041701503125070
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Jabatan Fungsional: Mahasiswa
- e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
- f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Manajemen/Manajemen
- h. Alamat Rumah : Jl. H. Usman No. 60 Rt014/007 Kelurahan Keramat Pela,
Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12150

D. Anggota-5:

- a. Nama : Ainun Fauziah
- b. NIM : 4190016
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Jabatan Fungsional: Mahasiswa
- e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
- f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis /Manajemen
- g. Alamat Rumah : Jl. Lebak Sari No. 59 Kelurahan Gunung,
Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

BAB V

BIAYA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. Sumber Dana:

- a. Anggaran USNI : Rp. 6.500.000,-
- b. Pribadi Tim : Rp. 3.500.000,- +

JUMLAH

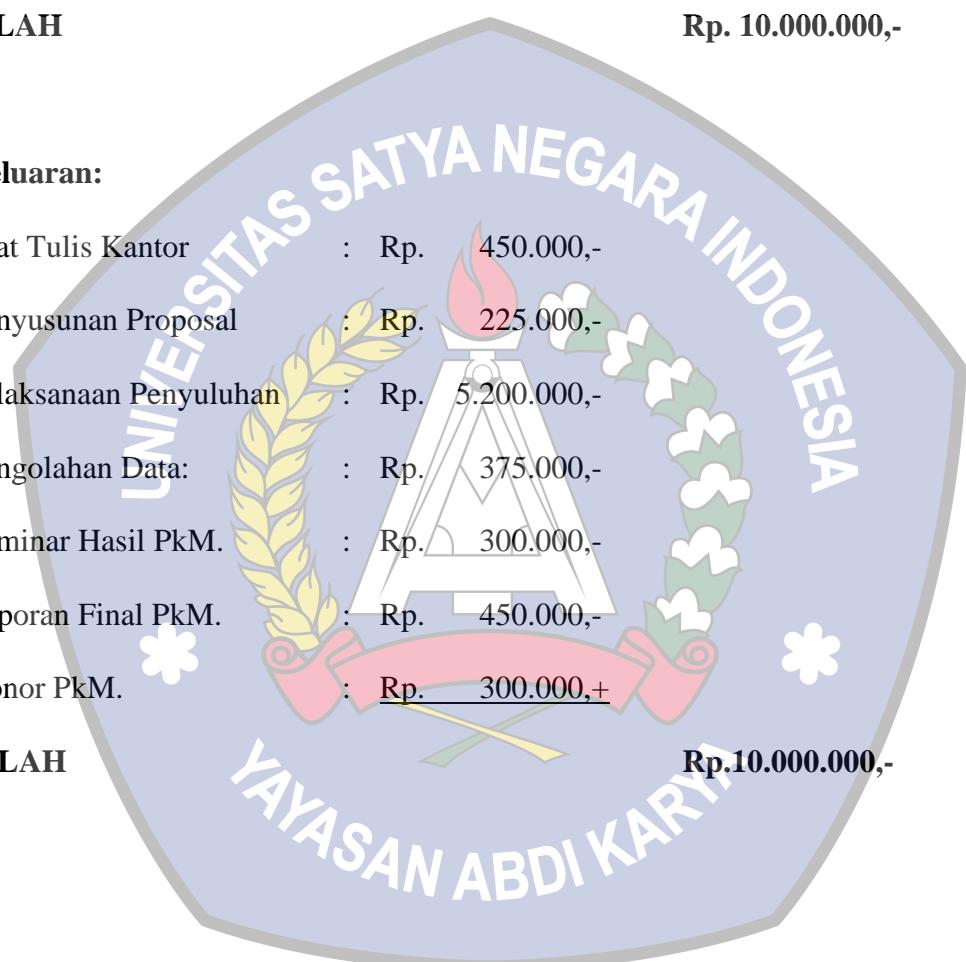
Rp. 10.000.000,-

2. Pengeluaran:

- a. Alat Tulis Kantor : Rp. 450.000,-
- b. Penyusunan Proposal : Rp. 225.000,-
- c. Pelaksanaan Penyuluhan : Rp. 5.200.000,-
- d. Pengolahan Data: : Rp. 375.000,-
- e. Seminar Hasil PkM. : Rp. 300.000,-
- f. Laporan Final PkM. : Rp. 450.000,-
- g. Honor PkM. : Rp. 300.000,- +

JUMLAH

Rp.10.000.000,-



BAB VI

HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. Pelaksanaan Penyuluhan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan topik “Penyuluhan Etika Bisnis Dalam Usaha Mikro, Kecil dan, Menengah (UMKM)” bagi pedagang kecil di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan berjalan lancar sesuai yang direncanakan. Penyuluhan ini diikuti 20 pedagang kecil yang pada umumnya adalah pedagang tradisional, yaitu warung makan, warung sayur-mayur, kelontong kecil, warung rokok dan minuman, warung kebutuhan sehari-hari, dan sebagainya.

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dalam hal ini penyuluhan Etika Bisnis UMKM disambut antusias dari masyarakat, pedagang kecil, dan juga pejabat setempat atau Ketua Rukun Tetangga. Mereka merasa bangga mendapat ilmu dan pengetahuan serta pengalaman dari para nara sumber Dosen Tetap Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI, kelak nanti pedagang kecil ini akan lebih mampu mengelola usahanya untuk lebih maju di masa yang akan datang, tentunya kesempatan ini sangat mereka manfaatkan semaksimal mungkin, mereka akan konsentrasi mengikuti setiap sesi yang disajikan.

Setiap penyuluhan diawali dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti penyuluhan ini (pre test). Agar hasil kuesioner objektif atau maksimal maka masing-masing nara sumber memberikan penjelasan tentang materi kuesioner yang dibagikan, sehingga jawaban dari masing-masing peserta objektif.

Selama mengikuti penyuluhan mereka sangat senang dan mengikutinya dengan tekun mulai dari awal hingga selesai dari sesi yang satu ke sesi lainnya dari hari pertama hingga hari terakhir mereka semua berpartisipasi aktif, Di setiap penyuluhan diadakan diskusi dan tanya-jawab hampir semua peserta terlibat dan mengajukan berbagai pertanyaan.

Sebagai akhir dari penyuluhan kepada peserta dibagikan lagi kuesioner yang sama dengan kuesioner yang telah dibagikan pada awal penyuluhan. Tujuannya adalah untuk mengetahui perkembangan kemampuan para peserta tentang pengelolaan usaha kecil dan menengah.

6.2. Profil Peserta Penyuluhan

Gambaran umum mengenai peserta yang menjadi subyek dalam penyuluhan ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini adalah para pedagang kecil di lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan sebanyak 20 orang. Deskripsi peserta responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, lamanya usaha, dan hasil penjualan.

a. Karakteristik Peserta Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin secara umum dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Dalam suatu bidang kerja jenis kelamin seringkali dapat menjadi pembeda aktivitas yang dilakukan oleh individu. Data mengenai peserta berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada di bawah ini.

Tabel 6.1

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	2	20%
2.	Perempuan	18	80%
Total		20	100,00%

Sumber: Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 20% peserta laki-laki dan 80% perempuan, artinya bahwa kegiatan UMKM lebih banyak digeluti para ibu rumah tangga untuk membantu pengasilan keluarga sebagai tambahan dari penghasilan kepala keluarga atau suami. Maka untuk itu perlu dilakukan penyuluhan untuk meningkatkan kemampuan para pedagang kecil meningkatkan penjualannya antara lain melakukan pelatihan memahami perilaku konsumennya.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia dalam keterkaitannya dengan perilaku individu di lokasi kerja biasanya adalah sebagai gambaran akan pengalaman dan tanggungjawab individu. Data mengenai peserta berdasarkan usia dapat dilihat pada di bawah ini.

Tabel 6.2
Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	2	10%
1	21-30 Tahun	4	20%
2	31-40 Tahun	8	40%
3	> 40 Tahun	6	30%
Total		20	100,00%

Sumber: Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa usia responden di bawah 20 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau 10%, diikuti dengan usia responden 20 - 30 tahun sebanyak 4 orang atau 20%, diikuti dengan usia responden 31–40 tahun sebanyak 8 orang atau 40%, dan di atas 40 tahun sebanyak 6 orang atau 30%. Jika dilihat dari segi usia bahwa pedagang kecil ini lebih banyak yang berumur 31-40 tahun, artinya generasi yang berada pada koridor ini memiliki kekutan fisik yang prima, untuk itu perlu didukung keahlian dan keterampilan, antara lain memberikan penyuluhan Etika Bisnis UMKM. Sehingga diharapkan para pedagang ini memiliki keahlian dan kemampuan yang mumpuni untuk merepkan etika bisnis dalam menjalankan bisnisnya.

c. Karakteristik Peserta Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan seringkali dipandang sebagai satu kondisi yang mencerminkan kemampuan seseorang mengelola usahanya terutama dalam menghitung dan/atau merencanakan usahanya termasuk pengeluaran dan penerimaannya. Penyajian data peserta berdasarkan pendidikan adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 6.3

Status Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD atau sederjat	0	0,00%
SMP atau sederjat	7	35%
SMA atau sederjat	12	60%
S1 atau sederjat	1	5%
Total	15	100,00%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta untuk pendidikan SD atau sederajat sebanyak 0 orang (0,00%), pendidikan SMP atau sederajat sebanyak 7 orang atau 35%, untuk pendidikan SMA atau sederajat sebanyak 12 orang atau 60%, dan kelompok peserta yang berpendidikan S1 atau sederajat yaitu hanya 1 orang atau 5%. Data pendidikan ini menunjukkan bahwa pedagang kecil pada umumnya berpendidikan menengah atau SMA sampai 60%, dan pendidikan SMP sebanyak 35%, artinya dilihat dari pendidikan formalnya bisa dikatakan mereka belum pernah mendapat materi di sekolah mengenai etika bisnis, untuk itu dalam rangka mengembangkan usahanya peserta tersebut perlu diberikan penyuluhan Etika Bisnis terutama dalam bisnis UMKM.

d. Besarnya Hasil Penjualan Per Hari

Hasil penjualan merupakan hal yang paling penting diperhatikan dalam melihat perkembangan sebuah usaha, hal ini menunjukkan kemampuan seseorang mengelola usahanya terutama dalam menjamin kelangsungan hidup suatu usaha. Penyajian data peserta berdasarkan hasil penjualan adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 6.4
Hasil Penjualan Per Hari

Pendidikan	Jumlah	Persentase
0 – Rp. 499.000,-	5	25%
Rp.500.000 – Rp. 999.000	14	70%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	1	5%
Lebih Besar Rp. 2.000.000	0	0,00%
Total	20	100,00%

Sumber: Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta dengan hasil penjualan di bawah Rp.499.000,- per hari sebanyak 5 orang (25%), hasil penjualan Rp. 500.00 sd Rp.999.000,- per hari sebanyak 14 orang (70%), dan dengan hasil penjualan

Rp. 1.000.000 sd Rp. 2.000.000,- sebanyak 1 orang (5%), sedangkan dengan hasil penjualan di atas Rp. 2.000.000,- belum ada. Data ini menunjukkan bahwa para pedagang kecil ini masih tergolong pengusaha mikro yang hasil penjualannya rata-rata penjualan berada di antara Rp.500.000,- sd Rp.999.000, atau hasil penjualan ini belum memberikan hasil yang maksimal, artinya kemampuan mereka dalam mengelola bisnis masih belum memuaskan, maka untuk itu perlu diberikan penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM untuk meningkatkan hasil penjualannya.

e. Lamanya Usaha Berdiri

Lamanya sebuah usaha berdiri atau umur sebuah usaha merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan untuk melihat perkembangan suatu dari waktu ke waktu yang hubungannya dengan prestasi yang sudah dicapai. Penyajian data peserta berdasarkan lama (umur) usaha adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

**Tabel 6.5
Usia Usaha**

Pendidikan	Jumlah	Presentase
0 – 3 Tahun	8	60%
3 Tahun sd 4,9 Tahun	5	25%
5 Tahun sd 9,9 Tahun	5	25%
Lebih dari 10 Tahun	2	10%
Total	15	100,00%

Sumber: Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta didasarkan lamanya usaha atau usia usaha, yaitu yang paling banyak berada 0 – 3 tahun sebanyak 8 pedagang atau 60%, artinya kalau dilihat dari sisi usia usaha ini di bandingkan dengan hasil penjualan per hari sangat tidak signifikan sehingga perlu penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM.

6.3. Kemampuan Awal dan Akhir Penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM

a. Kemampuan Awal Penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM

TABEL 6.6

**REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SEBELUM
PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM**

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Bisnis	1	2	3	10	4
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami manfaat Etika Bisnis	0	1	4	10	4
3.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Produksi	0	0	3	12	5
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Produksi	0	0	2	13	5
5.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Penetapan Harga	0	0	2	14	4
6.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Penetapan Harga	0	0	4	12	4
7.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Distribusi	0	0	3	10	7
8.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Distribusi	0	2	2	12	4
9.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Promosi	0	1	2	12	5
10	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Promosi	0	1	2	13	4
	JUMLAH	1	7	27	118	47
	PERSENTASI	0,5%	3,5%	13,5%	59,0%	23,5%

Sumber: Data Diolah 2021

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan para pedagang kecil dalam memahami etika bisnis sebelum penyuluhan dapat dikatakan pada tingkat kurang memahami (D) 59,0%, diikuti sangat kurang memahami (E) 23,5%, cukup memahami (C) 13,5%, memahami (B) 3,5%, dan tidak ada peserta yang berada pada tingkat sangat memhami (A) 0%

Jadi dapat disimpulkan bahwa para pedagang kecil ini sebelum mengikuti penyuluhan berada pada tingkat kurang memahami Etika Bisnis Dalam UMKM. Untuk itu perlu dilakukan penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM.

b. Kemampuan Akhir Penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM

TABEL 6.7
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SESUDAH
PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Bisnis	2	15	3	0	0
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami manfaat Etika Bisnis	1	12	7	0	0
3.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Produksi	5	10	5	0	0
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Produksi	4	11	5	0	0
5.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Penetapan Harga	1	14	5	0	0
6.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Penetapan Harga	3	13	4	0	0
7.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Distribusi	1	14	5	0	0
8.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Distribusi	1	14	5	0	0
9.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Promosi	3	13	4	0	0
10	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Promosi	3	12	5	0	0
	JUMLAH	24	128	48	0	0
	PERSENTASI	12,0%	64,0%	24,0%	0,0%	0,0%

Sumber: Data Diolah 2021

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan pedagang kecil dalam memahami Etika Bisnis sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan pada umumnya berada pada tingkat memahami 64%, sangat memahami 12%, cukup memahami 24%, dan tidak ada lagi peserta yang berada pada tingkat kurang memhami 0,00% dan sangkat kurang memahami 0,00%

Jadi dapat dikatakan penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM ini berhasil meningkatkan kemampuan para peserta menjadi lebih baik menerapkan Etika bisnis dalam ushanya.

6.4. Keberhasilan Penyuluhan Etika Bisnis UMUKM

TABEL 6.8
KEBERHASILAN PENYULUHAN
MEMAHAMI ETIKA BISNIS DALAM UMKM

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	0,5%	12%	+11,5%
2.	B=Memahami	3,5%	64%	+61,5%
3.	C=Cukup Memahami	13,5%	24%	+10,5%
4.	D=Kurang Memahami	59,0%	0,0%	-59,0%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	23,5%	0,0%	-23,5%

Sumber: Data Diolah Penulis 2021

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil dalam di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, sesudah mengikuti penyuluhan **Etika Bisnis Dalam UMUKM** meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahamii (A) naik sebesar +11,5%, memahami (B) naik sebesar +61,5%, cukup memahami (C) turun +10,5%, sedangkan kurang memahami (D) turun -59,0%, dan sangat kurang memahami (E) turun -23,5%. Artinya pelaksanaan penyuluhan **Etika Bisnis Dalam UMUKM BERHASIL** meningkatkan kemampuan pedagang kecil di Lingkungan RT002/08 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan dalam memahami Etika Bisnis Dalam UMKM.

6.5. Uji Perbandingan Dua Rata-Rata (*Paired Samples Test*)

a. Paired Samples Statistics

TABEL 6.9.
PAIRED SAMPLES STATISTICS

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 SEBELUM	17.9500	20	3.56112	.79629
	SESUDAH	20	3.82650	.85563

Sumber: Output SPSS 26,00

Dari tabel di atas dapat dijelaskan tentang statistik data dari sampel berpasang-pasangan, yaitu kemampuan rata-rata sebelum penyuluhan adalah sebesar 17,9500 sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan meningkat 38,7000, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam memahami Etika Bisnis Dalam UMKM sebesar 20,7500,-

b. Paired Samples Correlations

TABEL 6.10.
PAIRED SAMPLES CORRELATIONS

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 SEBELUM & SESUDAH	20	0.738	.044

Sumber:Output SPSS 22

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi sebesar 0,738 artinya terdapat hubungan yang kuat antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan, sedangkan nilai signifikansinya $0,044 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM.

c. Paired Samples Test

TABEL 6.11.

PAIRED SAMPLES TEST

Pair1	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)			
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference							
				Lower	Upper						
SEBELUM – SESUDAH	20.7500	6.26498	1.40089	-23.68210	-17.81790	-14.81	19	.000			

Sumber: Output SPSS 22,00

Tabel di atas dapat menjelaskan tentang hasil uji sampel berpasangan (*Paired samples T Test*), diketahui nilai signifikansi (Sig 2-tailed) sebesar 0,000 nilainya kurang dari 0,05, maka kesimpulannya *H₀* Ditolak dan H_a Disterima, artinya terdapat perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan. Jadi dapat disimpulkan terdapat perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

1. Kemampuan pengusaha kecil dan menengah dalam mengelola usahanya sebelum mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat kurang memahami, dan sesudah (Nilai D) mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat memahami (B).
2. Terdapat perbedaan kemampuan rata-rata peserta penyuluhan sebelum dan seusah penyuluhan. Sebelum mengikuti penyuluhan adalah rata-rata kemampuan peserta sebesar 17,9500 sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan meningkat 38,7000, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam memahami Etika Bisnis Dalam UMKM sebesar 20,7500,-
3. Terdapat hubungan yang cukup kuat ($r=0,738$) antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan, dengan nilai signifikansi $0,044 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.
4. Pelaksanaan PkM dengan topik "Penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM di RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan" dapat dikatakan **BERHASIL MENINGKATKAN KEMAMPUAN PEDAGANG KECIL DALAM MEMAHAMI ETIKA BISNIS DALAM UMKM.**

7.2. Saran

1. Penyuluhan seperti ini sebaiknya dapat dilakukan secara berkesinambungan dengan tingkat pelaksanaan yang lebih berkualitas dan daerah jangkauan penyuluhan yang semakin luas, atau dengan topik-topik yang berbeda.
2. Penyuluhan seperti ini sebaiknya dapat diikuti atau melibatkan lebih banyak dosen dengan berbagai aspek ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya atau bahkan berkolaborasi dengan berbagai dosen dari prodi lain atau kampus lain.
3. Hasil Pelaksanaan Penyuluhan ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat berbagai kebijakan baik di instansi pemerintah dan di USNI.
4. Hasil Pelaksanaan Penyuluhan ini dapat digunakan sebagai bahan karya ilmiah di Jurnal Abdimas,

DAFTAR PUSTAKA

- Arijanto, Agus (2011). Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ermawan Erni R., (2007). Businnes Ethics, Bandung: Alfabeta, Edisi ke satu.
- Bartens, K. (2000). Pengantar Etika Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Decker, B., (1991), Seni Berkommunikasi, Binarupa Aksara.
- Hutabarat, H.E.P, 1997, Etiket, Pedoman Praktis Untuk Membawa Diri dalam Pergaulan Antar Bangsa, PT BPK Gunung Mulia, Jakarta.
- John Robert Powers 1994, Program Public Relations, Personal Development Schools, Jakarta.
- Kansil, C.S.T., dan Kansil, C.S.T., 1997, Pokok-Pokok Etika Profesi Hukum, PT Pradnya Paramita, Jakarta.
- Kawengian, E.M.H., (1996), Etika Bisnis, Handout, Politeknik Negeri Manado.
- Ketut Rinjin, (2004). Etika Bisnis dan Implementasinya, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Kleinsteuber, A., 1997, Seri Etiket, Table Manners (Etiket Makan), PT Primamedia Pustaka, Jakarta.
- Manuel Velasques, G. (2002), Business Ethics: Concepts and Cases, Prentice Hall.
- Radito Bambang dan Melia Famiola ; 2007; Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Rekayasa Sains Bandung, Edisi Pertama.

LAMPIRAN 1: SURAT TUGAS DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Arteri Pondok Indah No. 11, Jakarta Selatan 12240
 Telp. (021) 739 8393 (Hunting), Fax. (021) 720 0352
 website <http://www.usni.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor: 840A/D-EKO/IX/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	GL. Hery Prasetya, SE.,MM..
NIK	:	05.U03.08.15.00143
Pangkat/Gol.	:	Lektor/IID
Jabatan	:	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini mengucaskan nama-nama tersebut di bawah ini sebagai berikut:

No.	NAMA	PANGKAT AKADEMIK	MATERI PENYULUHAN
1.	Dr. Guston Sitorus, SE.,MM (Ketua Tim)	Lektor Kepala	Pentingnya Etika Dalam Bisnis UMKM
2.	Dr. Agus Fauzi,SE.,MSi (Anggota Tim)	Lektor	Etika Distribusi Dalam Bisnis UMKM
3.	Dr. Edi Siregar, S.Pd.,S.Mn.,MM (Anggota Tim)	Lektor	Etika Promosi Dalam Bisnis UMKM
4.	Lucy Nancy S.NE.,MM (Anggota Tim)	Lektor	Etika Penetapan Harga Dalam Bisnis UMKM
5.	GL. Hery Prasetya, SE., MM. (Anggota Tim)	Lektor	Etika Produksi Dalam Bisnis UMKM
6.	Rosana (Anggota Tim)	Mahasiswa	Pelaksana
7.	Ainun Fauziah (Anggota Tim)	Mahasiswa	Pelaksana

Sebagai Dosen Tetap dan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI untuk melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan topik **"PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RW06, KEBAYORAN LAMA, UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN"**.

Surat Tugas ini berlaku sejak tanggal 20 September 2021 sampai dengan tanggal 20 Desember 2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.


 Jakarta, 20 September 2021
 Dekan
 GL. Hery Prasetya, SE.,MM

Tembusan Yth:

1. Rektor USNI (sebagai laporan)

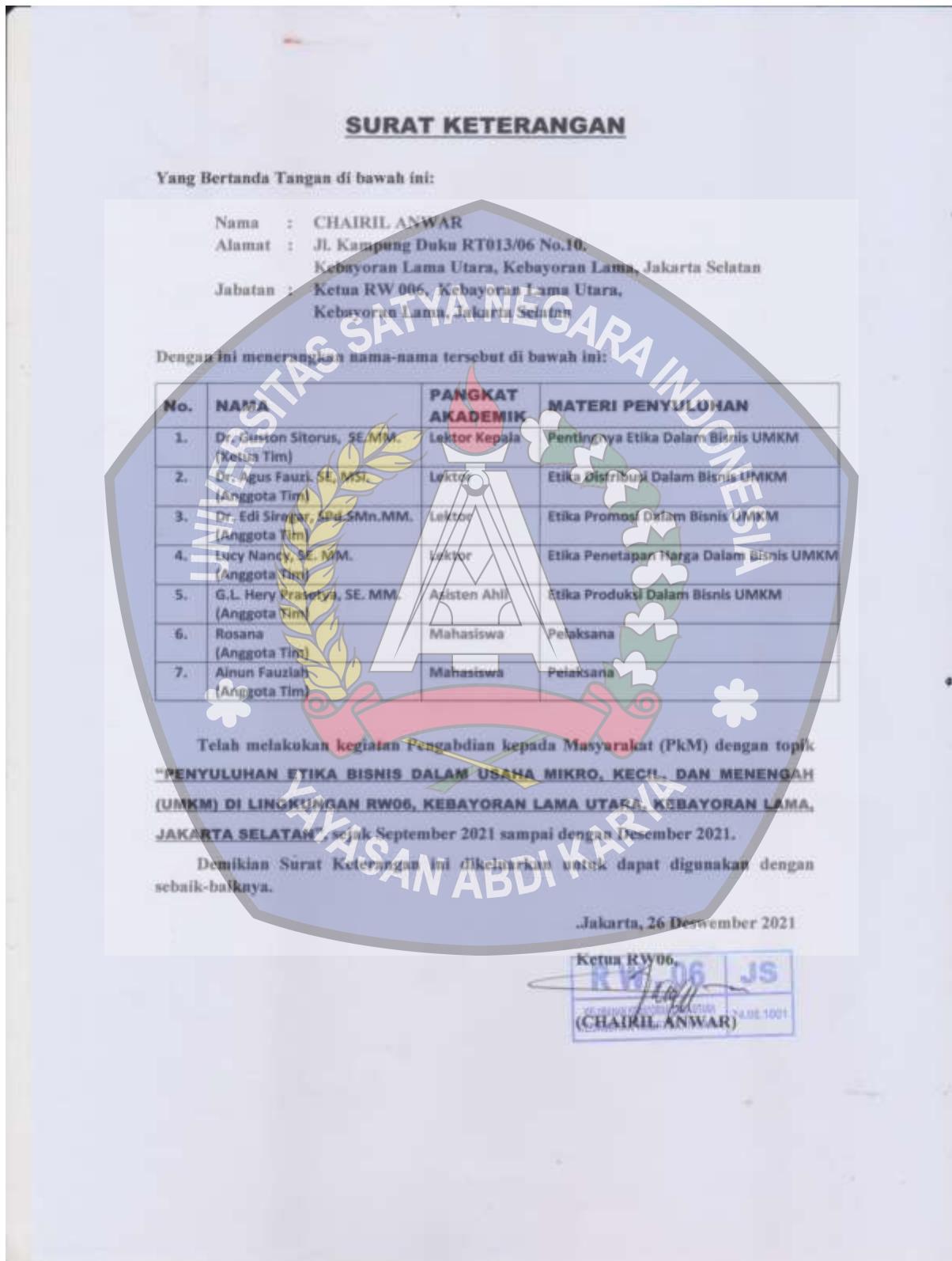
LAMPIRAN 2: DAFTAR HADIR PESERTA PELAKSANAAN PkM
“PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM” DI
LINGKUNGAN RW06, KEBAYORAN LAMA UTARA,
KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN

LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN			
HARI: SELASA, 16 NOPEMBER 2021			
NO	NAMA	JENIS USAHA	TANDA TANGAN
1.	SITI NURHAYATI	Menjajal	
2.	ENNI SULISTIVANI	Jus, Pop Ice, dan Jajanan	
3.	BIRIN NURHAYATI	Jualan Nasi Uduk, Gorengan, Soto Ayam, dan Jus	
4.	SRI MAXIMA	Jualan es dan jajanan anak' dan indomie rebus	
5.	SURISMIATI	Jualan Mie Goreng dan Jajanan Minuman, indomie celup, nasi ayam, nasi uduk, mie dan bakso	
6.	ABHMAD ZAINUL		
7.	AISAH	Jajanan anak, teh jus, Pop Ice Kelontongan	
8.	RAHMAWATY		
9.	ROCIYANTI	Jualan Soto Mustopo	
10.	AGUNG SALIM	Jus Ice, Es Buah	
11.	NURCAHYA KUSUMAWATI	Jualan Pakuan	
12.	YENI SANTUJI	Gorengan Pop Ice, Jim, buket Kelontongan	
13.	JAMILAH		
14.	SURIAH	Lontong Sayur	
15.	DIAH MARINI	Jualan Telor	
16.	YENI EDILAH	Jualan Ayam Penyet	
17.	IDAWATI	Lontong Sayur	
18.	MAEMUNAH	Potong Rambut	
19.	NURHAYATI	Jualan Sembako dan Jajanan Anak	
20.	APPLIASIH	Adam besar	



KETUA TIM PEM
FEB USNI
STON SITOBUS, SE, MM.)

**LAMPIRAN 3: SURAT KETERANGAN DARI KETUA RW06
KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA,
JAKARTA SELATAN**



LAMPIRAN 4: SERTIFIKAT DARI DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DAN KETUA RW06 KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN













**LAMPIRAN 5: DATA KASAR JAWABAN PESERTA SEBELUM
 PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM**

No	Nama	Kuesioner										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JLH
1	SITI NURHAYATI	2	1	2	2	2	2	3	2	1	1	18
2	ENNI SULISTIYANI	4	4	3	2	1	1	1	1	1	1	19
3	RIRIN NURHAYAI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
4	SRI MARINA	3	3	2	2	3	3	1	1	3	1	22
5	SURISMIATI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
6	AHMAD ZAINURI	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	17
7	AISAH	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	14
8	RAHMAWATY	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
9	ROCHYATI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
10	AGUS SALIM	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
11	NURCAYHA K.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
12	YENI SANTIKA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
13	JAMILAH	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
14	JURIAH	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	13
15	DIAH MARINI	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	14
16	YENI FADILAH	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
17	IDAWATI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
18	MAEMUNAH	2	1	2	2	3	2	2	1	1	3	19
19	NURHAYATI	2	3	2	2	1	2	3	2	1	2	20
20	APRILIASIH	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	22

**LAMPIRAN 6: DATA KASAR JAWABAN PESERTA SESUDAH
 PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM**

No	Nama	Kuesioner										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JLH
1	SITI NURHAYATI	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
2	ENNI SULISTIYANI	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	RIRIN NURHAYAI	4	3	5	5	4	3	5	4	5	4	42
4	SRI MARINA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	SURISMIATI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	AHMAD ZAINURI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	AISAH	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	RAHMAWATY	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
9	ROCHYATI	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	40
10	AGUS SALIM	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	NURCAYHA K.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	YENI SANTIKA	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
13	JAMILAH	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
14	JURIAH	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	DIAH MARINI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	YENI FADILAH	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	32
17	IDAWATI	4	3	3	5	4	5	3	4	4	5	40
18	MAEMUNAH	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	NURHAYATI	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	36
20	APRILIASIH	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	39

**LAMPIRAN 7: REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SEBELUM
PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM**

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Bisnis	1	2	3	10	4
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami manfaat Etika Bisnis	0	1	4	10	4
3.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Produksi	0	0	3	12	5
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Produksi	0	0	2	13	5
5.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Penetapan Harga	0	0	2	14	4
6.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Penetapan Harga	0	0	4	12	4
7.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Distribusi	0	0	3	10	7
8.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Distribusi	0	2	2	12	4
9.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Promosi	0	1	2	12	5
10	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Promosi	0	1	2	13	4
	JUMLAH	1	7	27	118	47
	PERSENTASI	0,5%	3,5%	13,5%	59,0%	23,5%

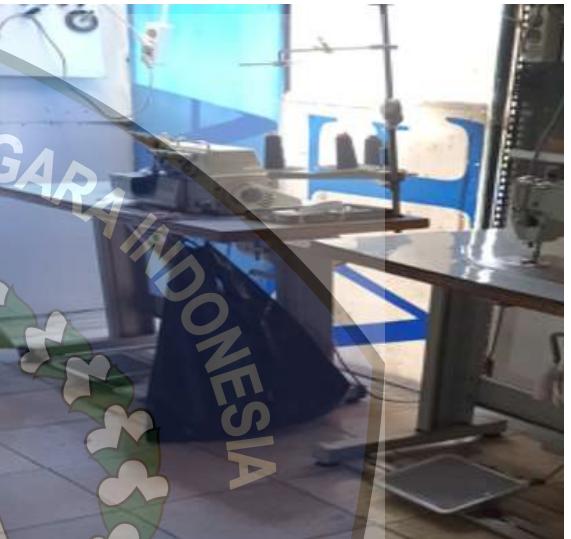
**LAMPIRAN 8: REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SESUDAH
PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM UMKM**

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Bisnis	2	15	3	0	0
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami manfaat Etika Bisnis	1	12	7	0	0
3.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Produksi	5	10	5	0	0
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Produksi	4	11	5	0	0
5.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Penetapan Harga	1	14	5	0	0
6.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Penetapan Harga	3	13	4	0	0
7.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Distribusi	1	14	5	0	0
8.	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Distribusi	1	14	5	0	0
9.	Apakah Bapak/Ibu mengerti apa yang dimaksud dengan Etika Promosi	3	13	4	0	0
10	Apakah Bapak/Ibu memahami Jenis Etika Promosi	3	12	5	0	0
	JUMLAH	24	128	48	0	0
	PERSENTASI	12,0%	64,0%	24,0%	0,0%	0,0%

LAMPIRAN 9: Jadwal Penyuluhan Etika Bisnis Dalam UMKM Di Lingkungan RW06 Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan

LAMPIRAN 10:

FOTO IDENTITAS PESERTA DAN JENIS USAHA, PELAKSANAAN PENYULUHAN ETIKA BISNIS DALAM USAHA UMKM DI LINGKUNGAN RW06, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN.

NO.	NAMA PEDAGANG KECIL/ JENIS USAHANYA	FOTO PEDAGANG DAN USAHANYA
1.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3305264505840006</p> <p>Nama : SITI NUR HAYATI Tempat/Tgl Lahir : KEBUMEN, 05-05-1984 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol.Darah : I Alamat : KP DUKU RT/RW : 003/012 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA SELATAN Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>JAKARTA SELATAN 24-02-2021</p>	 <p>USAHA MENJAHIT</p>
2.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174056302510009</p> <p>Nama : ERNI SULISTIYANI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 23-02-1991 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol.Darah : O Alamat : KP DUKU RT/RW : 007/005 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>JAKARTA SELATAN 05-03-2021</p>	 <p>JUALAN JUS, POP ICE, JAJANAN ANAK-ANAK.</p>

3.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174054611710006</p> <p>Nama : RIRIN NURHAYATI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 06-11-1971 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : A Alamat : JL. BUNGUR, GG. AYUB NO. 36 RT/RW : 014/006 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p>	 <p>JUALAN NASI UDUK, GORENGAN, SOTO AYAM, DAN JUS.</p>
4.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 317405560240006</p> <p>Nama : SHI MARINA Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 16-01-1980 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : Alamat : JL. BARU II NO.13 RT/RW : 002/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : BELUM KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p>	 <p>JUALAN ES, JAJANAN ANAK-ANAK. DAN INDOMIE REBUS.</p>
5.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174056404720003</p> <p>Nama : SUKISMIATI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 29-09-1972 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : Alamat : KP. DUKU RT/RW : 014/006 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p>	 <p>JUALAN JUS, POP ICE, DAN JAJANAN ANAK-ANAK.</p>

6.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174051502840006</p> <p>Nama : AHMAD ZAINURI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 15-02-1984 Jenis Kelamin : LAKU-LAKI Gol. Darah : B Alamat : GG BARU II RT/RW : 002/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p>	 <p>ANEKA MINUMAN, INDOMIE REBUS, SATE USUS, ATI, DAN PISCOK.</p>
7.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 320120521294001</p> <p>Nama : NISA Tempat/Tgl Lahir : BOGOR, 12-12-1994 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : B Alamat : KP. DUKU RT/RW : 007/008 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p>	 <p>JUALAN INDOMIE REBUS, JUS, DAN ANEKA MINUMAN.</p>
9.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174055906720008</p> <p>Nama : ROCHYATI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 19-06-1972 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : JL. BARU II RT/RW : 002 / 002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : 19-06-2017</p>	 <p>JUALAN SOTO AYAM</p>

10.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174051508650017</p> <p>Nama : AGUS SALIM Tempat/Tgl Lahir : SURABAYA, 15-08-1965 Jenis Kelamin : LAKI-LAKI Gol. Darah : - Alamat : KP. DUKU RT/RW : 013 / 006 Kol/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 15-08-2017</p>	 <p>JUALAN ANEKA JUS</p>
11.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 317405421289001</p> <p>Nama : NURCAHYA KUSUMAWARDHANI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 02-12-1981 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : A+ Alamat : JLN. MAKMUR NO. 40 RT/RW : 003 / 003 Kol/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGAMANAHAN UNGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMA</p>	 <p>JUALAN BAJU, CELANA, PULSA ONLINE.</p>
12.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174056004020011</p> <p>Nama : YETI SARTIKA Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 20-08-1987 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : J. BARU RT/RW : 005 / 002 Kol/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENURNUK RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMA HULUP</p>	 <p>GORENGAN, POP ICE, JUS, BUKET ULTAH</p>

13.		
14..		 LONTONG SAYUR
15.		 JUALAN TELOR

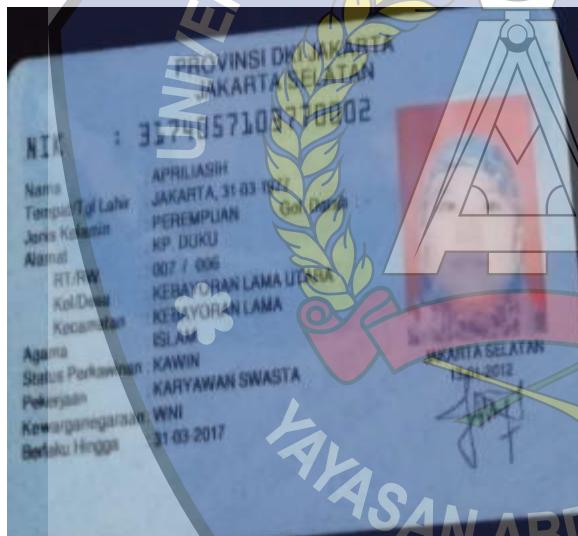
16.	<p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174056701880005</p> <p>Nama : YENI FADILAH Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 27-01-1988 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : GG. BARU II RT/RW : 002 / 002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: BELUM KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 27-01-2017</p> 	 <p>JUALAN AYAM PENYET</p>
17.	<p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174055903860006</p> <p>Nama : IDAWATI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 19-03-1986 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : GO. MAKMUR RT/RW : 005 / 003 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : WIRASWASTA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 19-03-2017</p> 	 <p>LONTONG SAYUR</p>
18	<p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174056805950004</p> <p>Nama : MAIMUNAH Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 28-05-1995 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : J. SARU II RT/RW : 006/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> 	 <p>TUKANG POTONG RAMBUT</p>

19.



**JUALAN SEMBAKO DAN
JAJANAN ANAK**

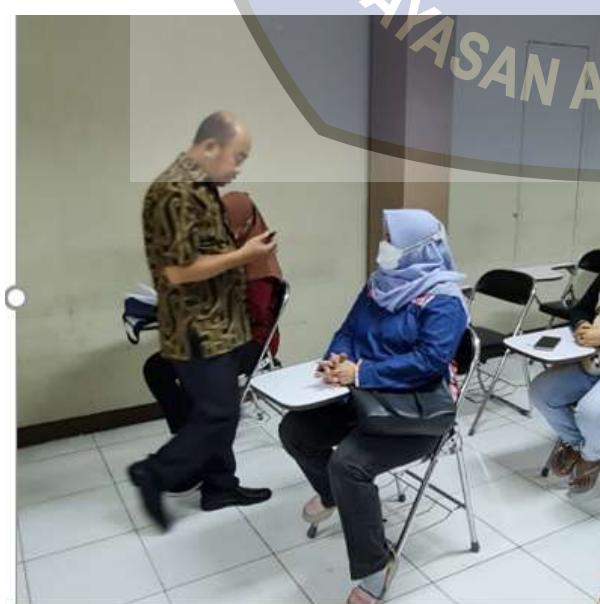
20.



**JUALAN NASI DAN AYAM
BAKAR**

LAMPIRAN 11: FOTO-FOTO PELAKSANAAN PENYULUHAN**1. SPANDUK SELAMAT DATANG PESERTA PENYULUHAN****1. TIM PENYULUH ETIKA BISNIS DALAM UMKM**

2. GUSTON SITORUS: PRESENTASI PENTINGNYA ETIKA BISNIS DALAM UMKM



3. GL. HERY PRASETYA: PRESENTASI ETIKA PRODUKSI DALAM BISNIS UMKM



4. LUCY NANCY: PRESENTASI ETIKA PENETAPAN HARGA DALAM BISNIS UMKM



5. AGUS FAUZI: PRESENTASI ETIKA DISTRIBUSI DALAM BISNIS UMKM



6. EDI SIREGAR: PRESENTASI ETIKA DISTRIBUSI DALAM BISNIS UMKM



