

Pelatihan dan Penerapan Etika Bisnis Kepada Mitra UMKM di Koperasi Madani Tangerang

Canggih Gumanky Farunik¹⁾, Dian Adventy²⁾, Wik Yang³⁾, Cristian Carles⁴⁾, Liana Putri⁵⁾, Cindy Theresia⁶⁾, Ruben Samuel Aristian⁷⁾, Adrian Hidayat⁸⁾

¹²³⁴⁵⁶⁷⁸Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : canggih.farunik@ubd.ac.id, dianadventy@gmail.com, wikyangp16@gmail.com,
cc551436@gmail.com, lianaputri0100@gmail.com, cindytheresia28@gmail.com, rubenaristian1407@gmail.com,
adrian.hidayat@ubd.ac.id

ABSTRAK

Etika adalah salah satu bagian penting dalam interaksi sosial kemanusiaan, tidak terkecuali di dalam suatu organisasi usaha, seperti koperasi. Salah satu konsep etika modern yang cukup terkenal adalah etika utilitarianisme. Utilitas artinya perangkat atau kegunaan, atau dengan kata lain, dasar suatu tindakan ekonomi itu baik atau tidak ditentukan pada tinggi atau rendahnya nilai utilitas. Utilitarianisme juga disebut sebagai teori etika konsekuensial, karena menekankan nilai moral pada “sebab-akibat” atau pada dampak dari tindakan moral yang dilakukan. Analisis biaya dan manfaat ini menghitung berapa besar biaya yang akan dikeluarkan seorang pelaku usaha dan dampak yang akan ditanggung oleh masyarakat jika dibandingkan dengan keuntungan yang akan diterima oleh pelaku usaha dan manfaat yang akan diterima oleh masyarakat.

Metode pelaksanaan dari Program Pengabdian Masyarakat ini adalah Penggunaan rumus CB dan membuat skala kemanfaatan, secara tidak langsung membentuk budaya atau landasan etis dari internal Koperasi Madani dengan mendasarkan pada nilai utilitas atau kebermanfaatan, dimana manfaat tidak hanya dirasakan oleh anggota koperasi saja, tetapi juga kepada masyarakat sekitar, mitra usaha, hingga stakeholder lainnya dalam Koperasi Madani tersebut.

Kata kunci: utilitarianisme, koperasi, analisis biaya dan manfaat, etika bisnis

PENDAHULUAN

Etika adalah salah satu bagian penting dalam interaksi sosial kemanusiaan, tidak terkecuali di dalam suatu organisasi usaha, seperti koperasi. Koperasi adalah salah satu badan usaha yang dilindungi undang-undang, yaitu UU Perkoperasian No. 17 Tahun 2012 Republik Indonesia. Dimana dalam Pasal 1 ayat 1 dalam undang-undang tersebut, definisi koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi [1]. Sedang menurut pasal 2 disebutkan, bahwa koperas berdasar atas asas kekeluargaan. Tidak banyak penjelasan mengenai asas kekeluargaan tersebut dalam UU Perkoperasian tersebut, tetapi menurut Amran, falsafah dari koperasi, adalah bahwa “langganan adalah pemiliknya sendiri”. Amran juga mengutip Watkins,



Gambar 1 Persiapan

bahwa hakikat budaya koperasi adalah kerjasama saling membantu, dimana ditambahkan juga oleh Amran, bahwa dalam budaya tersebut akan tumbuh jiwa koperasi, yaitu sikap solidaritas saling membantu, saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan [2].

Salah satu konsep etika modern yang cukup terkenal adalah etika utilitarianisme. Pendiri teori etika ini adalah Jeremy Bentham dan John Stuart Mill. Mill mengatakan dalam bukunya Utilitarianisme

bahwa landasan moral utilitas atau prinsip kebahagiaan terbesar adalah bahwa sebuah tindakan dinilai benar jika orang yang melakukannya bermaksud meningkatkan kebahagiaan dan dinilai sebagai salah jika dimaksudkan untuk sebaliknya. Berdasarkan pemahaman Mill tersebut, amat jelas bahwa landasan moral utilitarian adalah tindakan baik adalah yang ditujukan untuk mencapai kebahagiaan, dan yang salah apabila ditujukan untuk menghalangi kebahagiaan. Lebih lanjut Mill juga menjelaskan bahwa kebahagiaan yang menjadi tujuan, berarti tindakan tersebut ditujukan untuk meraih kesenangan dan terhindar dari rasa sakit [3].

Dalam buku ajar etika bisnis Universitas Pancasila, teori utilitarianisme menyatakan bahwa kegiatan bisnis akan baik untuk dilakukan, jika memberikan manfaat kepada sebesar-besarnya konsumen atau masyarakat [4]. Utilitas artinya perangkat atau kegunaan, atau dengan kata lain, dasar suatu tindakan ekonomi itu baik atau tidak ditentukan pada tinggi atau rendahnya nilai utilitas. Utilitarianisme juga disebut sebagai teori etika konsekuensial, karena menekankan nilai moral pada “sebab-akibat” atau pada dampak dari tindakan moral yang dilakukan. Di dalam buku tersebut juga dijelaskan bahwa konsep dalam bisnis yang bisa mengaplikasikan teori utilitarianisme adalah analisis biaya dan manfaat (*Cost and Benefit Analysis*) [4]. Analisis biaya dan manfaat ini menghitung berapa besar biaya yang akan dikeluarkan seorang pelaku usaha dan dampak yang akan ditanggung oleh masyarakat jika dibandingkan dengan keuntungan yang akan diterima oleh pelaku usaha dan manfaat yang akan diterima oleh masyarakat.

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Credit Union Madani merupakan koperasi primer nasional yang merupakan kategori koperasi simpan pinjam. Berdiri sejak tahun 2004, dan menjadi badan hukum di tahun 2010, dengan jumlah anggota 1981 per Oktober 2021. Koperasi ini bergerak dalam bidang jasa keuangan dan asuransi. Produk dari

koperasi ini adalah:

1. Simpanan
 - a. Simpanan pokok
 - b. Simpanan wajib
 - c. Simpanan kapitalisasi
2. Simpanan Non-Saham (jenis pemasaran: sosialisasi, penerapan literasi finansial dan online)
 - a. Simpanan Bunga Harian
 - b. Simpanan Hari Raya dan Liburan
 - c. Simpanan Dana Darurat
 - d. Simpanan Kepemilikan Rumah
 - e. Simpanan Masa Depan
3. Pinjaman (jenis pemasaran: sosialisasi, penerapan literasi finansial dan online)
 - a. Pinjaman Reguler
 - b. Pinjaman Usaha Produktif
 - c. Pinjaman Kepemilikan Rumah
 - d. Pinjaman Pendidikan
 - e. Pinjaman Kapitalisasi
 - f. Pinjaman Kendaraan

Berdasarkan latar belakang dan profil mitra, maka Program Pengabdian Masyarakat ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana penerapan



Gambar 2 Penyampaian Materi

etika utilitarianisme sebagai perwujudan etika bisnis dapat meningkatkan kemanfaatan dan keuntungan bagi mitra UMKM Madani?”

Gambar 3 Langkah Tahapan

METODE

Analisis biaya dan manfaat merupakan perangkat untuk menentukan apakah suatu kebijakan atau keputusan yang diambil oleh pelaku usaha, memiliki dampak pada masyarakat sekaligus keuntungan bagi pelaku usaha. Analisis ini dapat dijabarkan dalam rumusan sebagai berikut:

$$CB = \frac{Benefit - Disbenefit}{Cost}$$

Dimana $CB = Cost Benefit$, dan jika:

- $CB > 1$, maka layak (*feasible*)
- $CB = 1$, maka tidak terdapat perbedaan (impas)
- $CB < 1$, maka tidak layak (*infeasible*)

Rumus tersebut akan digunakan untuk meneliti kebijakan internal koperasi yang berkaitan dengan pengeluaran dan manfaat yang diperoleh anggota koperasi, hingga masyarakat luas. Cara ini juga dianggap praktis dalam mengukur kemanfaatan dari program-program berdasarkan pengeluaran yang dibutuhkan dalam program-program tersebut. Setelah dilakukan penghitungan, tim juga akan melakukan wawancara atau kuisioner singkat untuk melihat secara real tingkat utilitas (kemanfaatan) yang dihasilkan oleh Koperasi Madani ini, baik kepada anggota dan masyarakat secara luas. Luaran dari FGD ini akan berbentuk rubrikasi singkat beserta indikator untuk menilai skala kemanfaatan dari program-program yang sudah dan akan dilaksanakan oleh Koperasi Madani.

Penggunaan rumus CB dan membuat skala kemanfaatan, secara tidak langsung membentuk budaya atau landasan etis dari internal Koperasi Madani dengan mendasarkan pada nilai utilitas atau kebermanfaatan, dimana manfaat tidak hanya dirasakan oleh anggota koperasi saja, tetapi juga kepada masyarakat sekitar, mitra usaha, hingga *stakeholder* lainnya dalam Koperasi Madani tersebut. Langkah

pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kegiatan Mahasiswa (PKM) dari Jurusan Administrasi Niaga melaksanakan pelatihan dan pendampingan pada mitra Credit Union Madani, pada hari sabtu, tanggal 15 Mei 2022 di Ruang Pertemuan Kantor Credit Union Madani, Pondok Sejahtera, Jl. Kepondang II No.12A, Kuta Baru, Kec. Ps. Kemis, Kabupaten Tangerang, Banten 15560. Kegiatan ini merupakan bagian dari pelaksanaan Program Kegiatan Mahasiswa, yang diketuai oleh Dian Adventi Zagoto, mahasiswa semester enam Jurusan Administrasi Niaga, Universitas Buddhi Dharma. Tim mahasiswa sendiri, terdiri dari Wikyang, Ruben Samuel Aristian, Liana Putri, Cindy Theresia, serta Canggih Gumanky Farunik, S.Fil, M.Phil, sebagai dosen pendamping mahasiswa. Peserta pelatihan dan pendampingan adalah mitra UMKM anggota dari Tahapan kegiatan pelatihan ini diawali dari penyampaian materi Etika Bisnis yang menjelaskan tentang pengertian Etika Bisnis, dan terutama tentang Etika Utilitarianisme dalam interaksi bisnis di lingkup UMKM. Setelah pelatihan, peserta akan didampingi oleh mahasiswa selama 2 bulan, dan dilakukan evaluasi di setiap akhir bulan untuk memantau hasilnya.

Yang bertindak sebagai pembicara pelatihan adalah Canggih Gumanky Farunik, S.Fil, M.Phil, Materi terdiri dari pengertian etika bisnis, penerapan utilitarianisme dalam berbagai bentuk sikap dan pendekatan praktis untuk pelaku usaha. Setelah penyampaian materi, diadakan tanya jawab. Antusias peserta pelatihan terlihat ketika tanya jawab, pertanyaan yang muncul seputaran persaingan bisnis, interaksi dengan konsumen, hingga interaksi etis antara sesama pelaku bisnis. Berdasarkan tanya jawab, dapat dipahami bahwa etika bisnis masih sering disalahpahami sebagai persoalan sopan santun, perilaku moral, atau norma-norma budaya, padahal sebenarnya etika lebih luas daripada itu. Hal itulah yang

disampaikan pembicara sebagai penutup pelatihan. Setelah pelatihan, peserta diberikan kuisisioner dan post test, dan di bulan selanjutnya, peserta mendapat pendampingan dari mahasiswa dalam menerapkan etika bisnis berdasarkan materi yang sudah disampaikan. Pendampingan dilakukan dengan mahasiswa mendatangi peserta, kemudian mengamati dan bertanya seputar etika bisnis.

Pada awalnya, peserta dari pelatihan ini adalah karyawan internal dari *Credit Union Madani*, tetapi kemudian diarahkan kepada mitra UMKM yang bekerja sama dengan *Credit Union Madani*. Pertimbangan tersebut karena mitra UMKM dinilai lebih membutuhkan materi etika bisnis dalam usaha yang sedang dikembangkannya. Materi etika bisnis tidak diarahkan untuk mengajari mitra UMKM untuk mematuhi aturan hukum atau norma dalam bisnis, tetapi diarahkan untuk memahami dasar nilai dalam tindakan-tindakan bisnis. Etika adalah salah satu cabang ilmu filsafat yang penerapannya dapat dilakukan secara khusus sesuai bidang keilmuan dan profesi masing-masing. Etika dalam bisnis disebut sebagai etika bisnis. Etika dalam bisnis dipengaruhi juga oleh tiga teori besar dalam etika, yaitu teleologis, deontologis, dan utilitarianisme. Dalam kehidupan modern kekinian, teori utilitarianisme adalah teori etika yang paling terkenal dan aplikatif. Utilitarianisme merupakan pengembangan dari prinsip pragmatisme yang menekankan pada aspek utilitas atau kegunaan. Kegunaan berkaitan erat dengan kebermanfaatannya. Sesuatu dapat berguna jika dapat memberikan manfaat.

Oleh karena itu, penekanan pelatihan ini didasarkan pada aspek kebermanfaatannya agar dapat menjadi berguna. Semakin suatu tindakan atau keputusan etis dapat dikatakan baik jika dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya dan seluas-luasnya. Dalam bisnis, tindakan yang didasarkan pada manfaat yang besar dan luas, dapat dihitung dalam analisis *cost-benefit*, tetapi karena peserta pelatihan adalah mitra UMKM, maka pemahaman utilitasnya dilekatkan pada "*benefit equal effort*". Pemahaman ini

selaras dengan *Customer Relation Management* (CRM), dimana memberi manfaat pada konsumen berarti pelaku usaha harus memberikan usaha yang lebih atau dapat disebut sebagai “*berani repot*”. Pelaku usaha yang baik adalah pelaku usaha yang memberikan pelayanan maksimal, bukan semata-mata sebagai *gimmick marketing*, tetapi juga didasarkan pada nilai memberi manfaat. Memberi manfaat, berhubungan dengan usaha lebih atau berani repot. Konsep berani repot ini sangat luas, tetapi dapat dibagi menjadi beberapa dimensi manfaat: standar kelayakan bisnis sesuai anjuran pemerintah, hingga peningkatan kualitas produk dan layanan.

Untuk mengetahui apakah materi dapat dipahami oleh peserta, tim membagikan kuisisioner berkaitan dengan tema pelatihan.

Kuisisioner berisi lima pertanyaan tertutup dengan jawaban ya atau tidak, sebagai berikut:

Q1: Apakah pengertian dasar dari etika bisnis mudah dipahami?

Q2: Apakah anda tertarik untuk mengembangkan usaha lebih baik lagi demi memberikan manfaat yang lebih besar dari usaha anda?

Q3: Apakah anda setuju bahwa memberikan manfaat terbesar lebih penting daripada semata-mata mendapatkan keuntungan?

Q4: Apakah seluruh pelatihan yang dilaksanakan hari ini sudah sesuai dengan kebutuhan bisnis anda?

Q5: Apakah pelatihan seperti ini diadakan kembali sebagai pelatihan tetap?

Dari 15 orang peserta, yang mengembalikan kuisisioner 14 orang. Berikut adalah hasilnya:

Tabel 1. Jawaban Kuisisioner Peserta Pelatihan

No.	Nama	Bidang Jasa	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
1	Agus Budiyo	Jasa Kontraktor AC	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
2	Agustinus Gunawan	Toko HPL	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
3	Darti B. Taryono	Warung Nasi	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
4	Dewita Monalu	Percetakan Buku	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
5	Dominikus Dom	Pedagang Donat	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
6	Kandace N.	Warung Sembako	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
7	Juliana Sinaga	Toko Baju	Ya	Ya	-	Ya	-
8	M.G. Sutarni	Makanan & Tanaman Hias	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
9	Riyadi	Pedagang Tempe	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
10	Rosita Marintan	Jasa Penjahit Pakaian	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya
11	Ruliati	Jasa Kuliner	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
12	Sri Lestari	Toko Baju	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
13	Wisnu Whelen	Toko Aksesoris Otomotif	Ya	Ya	Ya	Tidak	-
14	Yosali Giawa	Pengrajin Kaca (Glass)	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

Dari 14 orang peserta yang mengembalikan kuisisioner, ada beberapa jawaban tidak, yaitu satu di Q2 dan empat di Q4. Hal tersebut menandakan bahwa satu peserta belum yakin untuk mengembangkan usaha dengan tujuan memberikan manfaat terbesar, dan empat peserta belum mendapatkan apa yang mereka butuhkan untuk bisnis mereka.

Selain itu ada pertanyaan yang tidak dijawab, satu di Q2 dan dua di Q5.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pelatihan ini adalah mendorong peserta untuk memahami pelayanan dalam usahanya, tidak hanya sebagai bagian dari norma atau etos kerja

dalam berbisnis, tetapi juga memahaminya sebagai landasan etis. *Customer oriented* tidak lagi dilekatkan dalam konsepsi marketing saja, tetapi juga sebagai *engaging moment* dengan pelanggan, bahwa kepuasan pelanggan adalah bentuk dari perwujudan utilitas (kebergunaan dan kebermanfaatn). Perwujudan utilitas ini, bukan hanya berguna dan bermanfaat untuk konsumen, tetapi juga berguna dan bermanfaat bagi pelaku bisnis. Berdasarkan analisis *cost-benefit*, bahwa berani repot dan mau menambah pendanaan pada sektor usaha tertentu dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Jadi mengembangkan kualitas utilitas dari suatu usaha yang dilakukan, maka keuntungan yang kembali kepada pelaku usaha juga akan besar dalam jangka waktu yang panjang.

Berlaku curang sebagai pelaku usaha dapat menguntungkan diri sendiri sebagai pelaku usaha, tetapi usaha tidak akan langgeng jika kecurangan mulai disadari oleh pelanggan. Kepercayaan pelanggan turun, dan pelaku usaha tidak dapat mengembangkan usahanya. Mewujudkan utilitas yang tinggi selaras dengan pertumbuhan bisnis, dan pertumbuhan bisnis mendorong meningkatnya kualitas bisnis.

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat tersebut, maka saran diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk pelaku usaha UMKM, agar dapat mengembangkan prinsip utilitas sehingga dapat memaksimalkan bisnis yang dikembangkannya untuk dapat

berguna dan bermanfaat bagi kedua belah pihak, baik pelaku bisnis, maupun konsumen.

2. Untuk Pengurus *Credit Union* Madani, agar dapat memberikan pelatihan etika bisnis yang berdasarkan pada nilai utilitas secara rutin. Kemudian juga dapat membuka media komunikasi dan konsultasi terkait persoalan etika dalam bisnis yang dijalani oleh pelaku usaha UMKM yang menjadi mitra dari *Credit Union* Madani.
3. Untuk tim pengabdian masyarakat Universitas Buddhi Dharma, agar senantiasa mengembangkan program pelatihan etika bisnis kepada pelaku bisnis, demi mendorong etika bisnis yang berorientasi pada pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pemerintah Republik Indonesia. Undang-undang Perkoperasian No. 17. 2012.
- [2] Amran S. Filsafat Koperasi dalam Penguatan Hukum Koperasi di Indonesia. Kop. Filsafat, Hukum, Strateg. dan Kinerja, Sumedang: IKOPIN; 2021, p. 3–21.
- [3] Mill JS, Sari A. Utilitarianisme. BASABASI; n.d.
- [4] Universitas Pancasila. Etika Bisnis 2013. <http://dosen.univpancasila.ac.id/dosenfile/1190211015138487302619November2013.pdf>.