

Penerapan Etika Komunikasi pada Pelaku UMKM Kecamatan Bua Kabupaten Luwu

Dewi Astuti Baco ^{1*}, Ariani Amri ², Alviani ³, Andi Risnawati Ramli ⁴

¹⁻⁴ Politeknik Dewantara

* dewiastutib@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM di Kecamatan Bua. Pengabdian ini akan menerapkan etika komunikasi yang sangat baik dalam kegiatan bisnis/usaha atau marketing. UMKM mengakui betapa pentingnya etika komunikasi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jaringan usaha. Oleh karena itu, tim pengabdian akan mengadakan pelatihan, diskusi kelompok, dan simulasi langsung, dengan fokus pada prinsip-prinsip komunikasi yang sopan, responsif, jujur dan beretika, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Hasilnya akan menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah memperkuat pemahaman mereka tentang konsep etika komunikasi dan telah mulai menerapkan praktik komunikasi yang lebih khusus dalam pengembangan hubungan dengan konsumen dan mitra bisnis/usaha. Beberapa peserta mengakui perubahan positif dalam cara mereka menanggapi keluhan pelanggan dan membangun interaksi yang lebih produktif di media sosial. Kegiatan ini diharapkan berkontribusi pada keberlanjutan UMKM di Kecamatan Bua dan berfungsi sebagai contoh daerah lain dalam integrasi aspek etika komunikasi ke dalam strategi lokal untuk pemberdayaan ekonomi.

Kata Kunci: etika, komunikasi, *public speaking*, *marketing*, UMKM

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor yang memberikan kontribusi signifikan bagi ekonomi Indonesia, menciptakan lapangan kerja dan melakukan pertumbuhan PDB (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022). Di daerah-daerah seperti Kecamatan Bua Kabupaten Luwu, UMKM memberikan dukungan keuangan kepada masyarakat yang terlibat dalam berbagai sektor, seperti layanan memasak atau dagangan lauk dan kerajinan. Namun, memperkuat kemampuan SDM khususnya pelaku UMKM tetap menjadi tantangan, terutama dalam aspek etika komunikasi bisnis dan profesional.

Etika komunikasi adalah banyak prinsip moral yang memandu individu ke fakta bahwa pesan itu jujur, sopan dan hak orang lain dalam proses komunikasi (Hybels & Weaver, 2018). Dalam konteks UMKM, penerapan etika komunikasi memainkan peran kunci dalam membangun kepercayaan pelanggan, hubungan bisnis yang sehat dan pembentukan perusahaan yang positif di tempat-tempat umum. Kurangnya pemahaman tentang aspek ini dapat menyebabkan kesalahpahaman, kehilangan loyalitas pelanggan, dan kemungkinan konflik dalam hubungan bisnis (Velentzas & Broni, 2014).

<https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/1283>

Berdasarkan pengamatan awal, sebagian besar UMKM di Kecamatan Bua tidak mendapatkan pengetahuan atau pelatihan komunikasi berbasis etika. Ini mengarah pada interaksi optimal yang lebih rendah antara pemangku kepentingan ekonomi, pelanggan dan mitra. Oleh karena itu, kegiatan layanan ini dikembangkan sebagai upaya pendidikan untuk meningkatkan pelatihan langsung dan pendekatan bantuan dalam praktik bisnis UMKM.

Namun, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya etika dalam berkomunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal. Sering kali ini mengakibatkan kesalahpahaman, layanan yang tidak maksimal, bahkan hilangnya peluang untuk menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, dibutuhkan usaha pendampingan dan pelatihan bagi para pelaku UMKM agar dapat mengaplikasikan prinsip-prinsip etika komunikasi dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan para pelaku UMKM di Kecamatan Bua berkaitan dengan etika komunikasi yang efektif. Secara spesifik, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai prinsip-prinsip dasar etika komunikasi dalam dunia usaha mikro, melatih pelaku UMKM dalam menerapkan teknik komunikasi yang santun, terbuka, dan berfokus pada kepuasan pelanggan, memfasilitasi terbentuknya hubungan bisnis yang sehat dan beretika antara pelaku UMKM dengan pelanggan, mitra bisnis, serta sesama pelaku usaha, serta membangun sikap profesional dalam menghadapi konflik komunikasi yang sering terjadi dalam operasional usaha sehari-hari.

Melalui kegiatan pengabdian ini, fasilitator berupaya memberikan para pelaku UMKM dengan pelatihan di Kecamatan Bua dan dukungan langsung dalam memahami serta menerapkan prinsip-prinsip etika komunikasi praktis. Kegiatan ini diharapkan menyebabkan lebih banyak perubahan etika dalam perilaku komunikasi, meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempromosikan pertumbuhan bisnis/usaha dalam profesionalisme dan tanggung jawab sosial. Serta, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih percaya diri, komunikatif, dan beretika dalam menjalankan usaha, sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan serta daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif baik secara luring maupun online atau sosial media.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan ini diimplementasikan menggunakan pendekatan partisipatif dan pendidikan, dengan penekanan pada peningkatan keterampilan komunikasi pemahaman dan etika dari para pelaku UMKM. Kegiatan berlangsung pada bulan 21 April 2025, dengan 50 pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Bua, yang terdiri dari pengusaha makanan, kerajinan tangan, warung/kios dan layanan rumah. Fase implementasi termasuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, mempersiapkan modul, pelatihan komunikasi atau *public speaking*, *marketing* dan penilaian hasil pelatihan.

Kebutuhan diidentifikasi melalui wawancara dan diskusi kelompok untuk mengetahui masalah komunikasi pelaku UMKM. Berdasarkan hasil ini, pelatihan disiapkan dengan materi seperti prinsip etika komunikasi, teknik bicara dengan konsumen, penggunaan bahasa yang cermat dalam *marketing*, dan etika komunikasi di media sosial (Arneson,

2007). Materi ini praktis dan kontekstual dan dapat dengan mudah dipahami oleh peserta dari latar belakang non-akademik. Pelatihan ini dilakukan dalam bentuk pemberian materi, studi kasus, diskusi kelompok dan simulasi percakapan bisnis/usaha. Selain itu, peserta juga menerima lembar panduan dan kelompok komunikasi digital dibentuk untuk tindak lanjut pelatihan.

Metode pelaksanaan pada pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Bua dengan membentuk kelompok dan melakukan sharing session, praktik *public speaking*, cara menagih hutang dengan tetap mempertahankan etika komunikasi dan melakukan penjualan yang baik dari segi etika.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan forum diskusi partisipatif yang bertujuan untuk menggali pengalaman, persepsi, serta tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan mitra usaha. Forum ini dirancang untuk menciptakan ruang dialog yang terbuka antara tim pengabdian dan pelaku UMKM, agar terbangun kesadaran bersama tentang pentingnya etika dalam berkomunikasi. Forum diskusi dilakukan secara luring di balai kelurahan setempat.



Gambar 1. Pengarahan untuk sesi materi

Kegiatan diawali dengan pemaparan materi singkat oleh tim pengabdian yang menjelaskan konsep dasar etika komunikasi, peran komunikasi etis dalam keberhasilan usaha, serta contoh-contoh kasus nyata dari praktik komunikasi yang baik dan buruk dalam dunia UMKM. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan menggunakan media visual seperti infografis dan studi kasus lokal agar mudah dipahami oleh peserta. Setelah sesi materi, peserta diminta untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk komunikasi yang sering mereka lakukan serta hambatan yang mereka alami saat berkomunikasi dengan pelanggan atau rekan bisnis.

Forum diskusi kemudian dilanjutkan dengan sesi kelompok kecil, di mana peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok berdasarkan bidang usaha mereka. Setiap kelompok didampingi oleh fasilitator dari tim pengabdian untuk mendiskusikan pengalaman praktis terkait etika komunikasi. Dalam sesi ini, peserta diberi kesempatan untuk berbagi praktik terbaik maupun permasalahan yang mereka alami dalam menjalin

hubungan usaha. Fasilitator mendorong peserta untuk saling memberi masukan dan solusi berdasarkan prinsip komunikasi etis seperti kejujuran, empati, kesantunan, dan kejelasan informasi. Sebagai penutup, hasil diskusi dari tiap kelompok dipresentasikan kembali dalam forum besar dan dirumuskan menjadi rekomendasi bersama mengenai strategi penerapan etika komunikasi di lingkungan UMKM Kecamatan Bua. Kegiatan ditutup dengan sesi refleksi dan penyerahan modul panduan etika komunikasi bisnis yang telah disusun oleh tim pengabdian. Forum diskusi ini terbukti efektif sebagai metode pelaksanaan karena tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga memberdayakan pelaku UMKM untuk mengevaluasi dan memperbaiki praktik komunikasi mereka secara langsung.

Hasil dan Pembahasan

Para pelaku UMKM sangat antusias tentang pelatihan yang diadakan, dengan sebagian besar dari mereka tidak menerima pelatihan serupa sebelumnya. Peserta dalam hal ini pelaku UMKM juga mulai menyadari betapa pentingnya mempertahankan komunikasi yang sopan, secara aktif mendengarkan, berbicara dengan jujur, dan cara komunikasi yang baik dengan pelanggan (McLean, 2018). Selain peningkatan pengetahuan, sikap dalam praktik komunikasi juga telah berubah. Peserta mulai menerapkan komunikasi yang lebih sopan saat menawarkan produk, menggunakan bahasa yang tepat dalam iklan melalui sosial media, dan bernegosiasi lebih aman dan baik. Namun, beberapa peserta juga memerlukan instruksi lebih lanjut untuk mempersiapkan motif iklan yang beretika dan menarik, terutama pada platform digital. Ini menunjukkan pentingnya tindak lanjut dalam bentuk dukungan berkelanjutan (Brownell, 2012).

Kegiatan pengabdian yang dilakukan melalui forum diskusi interaktif menunjukkan hasil yang positif. Dari 50 pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan, lebih dari 80% peserta menyatakan bahwa mereka baru memahami secara utuh konsep etika komunikasi dalam konteks usaha setelah mengikuti sesi pelatihan dan diskusi. Sebelumnya, sebagian besar peserta hanya memaknai komunikasi sebagai proses transaksi informasi tanpa memperhatikan aspek etis seperti empati, kejujuran, dan kesopanan. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan pemahaman antara praktik komunikasi sehari-hari dengan prinsip-prinsip etika yang seharusnya diterapkan dalam dunia bisnis.

Diskusi kelompok mengungkapkan berbagai kendala yang dihadapi pelaku UMKM, seperti kesulitan merespons keluhan pelanggan secara tenang, kurangnya kemampuan menyampaikan informasi produk secara jelas, serta minimnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah. Namun, setelah mengikuti pelatihan dan forum diskusi, peserta mulai menunjukkan perubahan dalam cara mereka berinteraksi, termasuk dalam penggunaan bahasa yang lebih sopan dan profesional, serta mulai menyusun strategi komunikasi usaha yang lebih terarah. Beberapa peserta bahkan langsung mempraktikkan pendekatan komunikasi baru saat memasarkan produk secara online di hari-hari berikutnya.



Gambar 2. Pembentukan Kelompok Kecil



Gambar 3. Sesi Diskusi

Dari hasil kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa penerapan etika komunikasi mampu meningkatkan kepercayaan diri dan profesionalisme pelaku UMKM di Kecamatan Bua. Forum diskusi yang bersifat partisipatif juga menjadi media yang efektif untuk menggali pengalaman nyata dan memfasilitasi pembelajaran kolektif. Ke depan, pendekatan ini dapat direplikasi di wilayah lain dengan menyesuaikan konteks lokal, sehingga semakin banyak pelaku UMKM yang tidak hanya kompeten dalam memproduksi barang dan jasa, tetapi juga mampu menjaga hubungan yang etis dan berkelanjutan dengan para pemangku kepentingan mereka.

Praktik etika komunikasi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Bua Kabupaten Luwu menunjukkan hasil yang positif. Peserta pelatihan, yang berasal dari beragam jenis usaha seperti makanan, kerajinan, layanan, dan perdagangan, menunjukkan perkembangan pemahaman tentang elemen-elemen dasar etika komunikasi, termasuk kejujuran dalam menyampaikan informasi, perilaku sopan

saat melayani pelanggan, serta kemampuan untuk mendengarkan dan memberikan umpan balik yang konstruktif. Dalam sesi simulasi dan praktik, para pelaku UMKM berhasil menerapkan teknik komunikasi yang efektif, seperti penggunaan bahasa yang bersahabat, menjaga kontak mata, serta menghindari pernyataan negatif yang bisa merusak hubungan dengan pelanggan.

Selanjutnya, penerapan etika komunikasi memiliki pengaruh pada meningkatnya kepercayaan pelanggan dan membawa citra usaha yang lebih profesional. Beberapa pelaku UMKM menyampaikan bahwa setelah menerapkan prinsip komunikasi yang lebih beretika dan bersifat manusiawi, pelanggan merasa lebih nyaman dan setia terhadap produk atau layanan yang mereka tawarkan. Di samping itu, interaksi antar pelaku UMKM menjadi lebih harmonis, karena komunikasi yang dilakukan tidak hanya terfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga mengedepankan nilai saling menghargai dan rasa empati. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan etika komunikasi sangat penting dan diperlukan untuk mendukung kelangsungan serta pertumbuhan usaha kecil di tingkat lokal.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan etika komunikasi dapat secara signifikan meningkatkan keterampilan pemahaman dan komunikasi pelaku UMKM di Kecamatan Bua. Ketentuan yang dihasilkan memungkinkan peserta untuk mulai menggunakan prinsip-prinsip etika dalam interaksi bisnis harian mereka, baik dalam komunikasi langsung maupun di media digital. Hasil pelatihan memperkuat temuan bahwa komunikasi etis adalah faktor kunci dalam menjaga loyalitas pelanggan dan membangun bisnis yang hebat dalam bisnis Anda.

Dari pelatihan ini, peserta akan mengkomunikasikan informasi dan menunjukkan perubahan positif dalam cara mereka menangani pelanggan, mitra, dan mitra bisnis. Pelaku UMKM dapat melihat betapa pentingnya memilih kata-kata, mempertahankan intonasi dan membangun dua jalur dengan empati dan integritas. Keberhasilan kegiatan ini membuka peluang untuk pengembangan pelatihan lanjutan yang berfokus pada komunikasi digital dan branding beretika.

Sebagai tindak lanjut, dukungan terus menerus untuk pelaku UMKM diperlukan untuk memastikan keberlanjutan praktik etika komunikasi mereka. Kami berharap bahwa bisnis kecil dan menengah di Kecamatan Bua dapat meningkatkan kualitas layanan, memperluas pasar dan mempromosikan pertumbuhan ekonomi regional dengan cara yang berkelanjutan menggunakan komunikasi etika yang baik.

Ucapan Terimakasih

Kami menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Cabang Palopo atas bantuan dan kerjasama yang telah terjalin dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema Penerapan Etika Komunikasi pada Pelaku UMKM Kecamatan Bua Kabupaten Luwu. Bantuan dari PNM Cabang Palopo, baik dalam menyediakan peserta, memberikan informasi lapangan,

maupun sikap kolaboratif yang ditunjukkan, telah memberikan sumbangsih signifikan terhadap kelancaran dan keberhasilan acara ini. Kami sangat menghargai dedikasi PNM dalam mendukung dan memberdayakan pelaku UMKM, terutama dalam peningkatan kapasitas soft skills yang berfokus pada etika dan komunikasi yang efisien. Semoga kerjasama ini dapat berlanjut di masa depan dalam berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan UMKM yang lebih berkelanjutan.

Referensi

- Arneson, P. (2007) *Perspectives on Philosophy of Communication*. West Lafayette, IN: Purdue University Press.
- Azis, F., Fauziah, G. & Suri, A. (2024). Peran Komunikasi Organisasi dalam Pemberdayaan UMKM di Kelurahan Lengkong Karya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ilmu Komunikasi*, 1(2), 62–72.
- Brownell, J. (2012) *Listening: Attitudes, Principles, and Skills*. 5th edn. Boston: Pearson.
- Hybels, S. and Weaver, R.L. (2018) *Communicating Effectively*. 11th edn. New York: McGraw-Hill Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI (2022) *Laporan Tahunan UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- McLean, S. (2018) *Business Communication for Success*. Houston: University of Minnesota Libraries Publishing.
- Mukti, T. L. & Mukhlis, I. (2023). Etika Bisnis dalam Daya Saing UMKM. *Business and Investment Review*, 1(6).
- Pangarso, A., Pringgabayu, D. & Ramadhian, M. A. R. (2024). Peningkatan Kesadaran Etika Bisnis bagi Pelaku UMKM: Menuju Usaha yang Berkelanjutan dan Berintegritas. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4(2), 176–181.
- Rahmawati, M. I., Ardini, L., Lestariningsih, M., & Shabrie, W. S. (2023). Pelatihan Etika Bisnis dan Penyusunan Pembukuan Sederhana bagi UMKM Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. *Kreativasi : Journal of Community Empowerment*, 2(2), 222–230. <https://doi.org/10.33369/kreativasi.v2i2.29240>
- Rahmawati, T., Febriyanto, F. C. & Erliana, E. (2024). Peranan Etika Bisnis UMKM dalam Berinovasi. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN (ABDIMAS SEAN)*, 2(2), 72–78.
- Ratnasari, A. (2024). Penerapan Komunikasi Bisnis dalam Memberdayakan Pelaku Usaha UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 4(2).
- Sa'diyah, S .H. & Pangestu, A. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 336–350.
- Syahadatina, T. & Rohman, A. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam pada UMKM Mie Mala dalam Perspektif Studi Kelayakan Bisnis. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).
- Velentzas, J. & Broni, G. (2014). Ethical dimensions in the conduct of business: Business ethics, corporate social responsibility and the law. *Procedia Economics and Finance*, 8, 531–537. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00188-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00188-5)
- Wardhani, N. K. (2024). Peningkatan Kapabilitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Komunikasi Bisnis untuk Keberlanjutan Usaha. *Artinara*, 3(2).