*Vol 4 No.4 (2025) - November, pp 1454-1463* https://doi.org/10.59025/pbetj280

Jurnal Masyarakat Madani Indonesia
e-ISSN: 2829-6702
https://syadani.onlinelibrary.id/

# Edukasi Etika Bisnis, Strategi Persaingan Usaha, Dan Pemanfaatan Teknologi Untuk Bisnis

Hilman Prayuda[1], L.Jatmiko Jati[1], Susilo Talidobel[1]

[1]*Universitas Bumigora, Mataram, Indonesia*

**INFO ARTIKEL**

*Diserahkan:*
*15/10/2025*
*Direvisi:*
*30/10/2025*
*Diterima*
*08/11/2025*

***Keywords*:**

*Etika Bisnis,*
*Persaingan Usaha,*
*Teknologi*

**ABSTRAK**

*Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM yang bergerak di berbagai bidang bisnis. Edukasi yang diberikan meliputi etika bisnis, strategi persaingan usaha, serta strategi dan etika bisnis dalam pemanfaatan platform digital untuk bisnis. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman mitra terhadap prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur perilaku dalam dunia usaha. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) yang menekankan partisipasi aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test yang diberikan kepada 20 peserta, diperoleh rata-rata skor pre-test sebesar 62,4, yang menunjukkan bahwa sebagian besar mitra memiliki pemahaman awal yang terbatas terkait etika bisnis dan strategi persaingan. Setelah kegiatan edukasi dilaksanakan, rata-rata skor post-test meningkat menjadi 86,7, atau terjadi peningkatan sebesar 24,3 poin (sekitar 39%). Peningkatan ini mencerminkan adanya penguatan pengetahuan, sikap, dan keterampilan peserta dalam menerapkan prinsip etika bisnis dan strategi digital dalam pengelolaan usaha. Kegiatan edukasi ini tidak hanya membangun pemahaman tentang nilai-nilai moral dalam berbisnis, tetapi juga membantu membentuk sikap dan perilaku yang jujur, adil, serta bertanggung jawab. Dampak jangka panjang kegiatan ini terlihat dari meningkatnya kesadaran mitra untuk berkompetisi secara sehat, menjaga reputasi positif, serta membangun hubungan berkelanjutan dengan pelanggan dan mitra bisnis. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM menuju praktik bisnis yang beretika, adaptif, dan berkelanjutan.*

*Corresponding author email: hilman_prayuda@universitasbumigora.ac.id*

*Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the CC BY SA license*
*Copyright@ Author (2025).*

## 1. PENDAHULUAN

Penerapan prinsip hukum bisnis, etika bisnis, dan persaingan usaha menjadi aspek penting dalam mendukung keberlanjutan serta profesionalisme pelaku UMKM di wilayah Lombok Barat. Dalam konteks hukum bisnis, kegiatan usaha yang dijalankan oleh mitra perlu berlandaskan pada kepastian hukum agar aktivitas ekonomi berlangsung tertib, adil, dan dapat dipertanggungjawabkan secara legal. Hukum bisnis berperan sebagai instrumen pengatur hubungan antar pelaku usaha dan antara pelaku usaha dengan konsumen, sekaligus menjadi sarana perlindungan terhadap hak dan kewajiban para pihak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama di era globalisasi yang ditandai dengan tingginya persaingan dan perkembangan teknologi digital [1]. Salah satu bentuk UMKM yang berkembang pesat adalah usaha buket bunga. Produk buket bunga tidak hanya memiliki nilai estetika yang tinggi, tetapi juga memberikan peluang ekonomi yang menjanjikan bagi pelaku usaha floristika [2]. Di samping itu, berbagai sektor UMKM lain seperti elektronik, mebel, dan pakaian turut

berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif dan pemberdayaan ekonomi lokal di Indonesia [3]. Namun demikian, pelaku UMKM seringkali dihadapkan pada berbagai tantangan seperti ketatnya persaingan pasar, keterbatasan modal, serta adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen.

*Gambar 1. Observasi Awal*

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama di era globalisasi yang ditandai dengan tingginya persaingan dan perkembangan teknologi digital [4]. Salah satu bentuk UMKM yang berkembang pesat adalah usaha buket bunga. Produk buket bunga tidak hanya memiliki nilai estetika yang tinggi, tetapi juga memberikan peluang ekonomi yang menjanjikan bagi pelaku usaha floristika [2]. Di samping itu, berbagai sektor UMKM lain seperti elektronik, mebel, dan pakaian turut berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif dan pemberdayaan ekonomi lokal di Indonesia [3]. Namun demikian, pelaku UMKM seringkali dihadapkan pada berbagai tantangan seperti ketatnya persaingan pasar, keterbatasan modal, serta adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen [5]. Kunjungan berikutnya dilakukan ke toko Atha Fashion di Desa Golong, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat. Toko ini didirikan oleh Bapak Rus, seorang pelaku usaha yang memanfaatkan peluang penjualan daring untuk memulai bisnis pakaian. Setelah menjadi reseller selama tiga tahun, ia berhasil membuka toko fisiknya pada tahun 2021. Meskipun awalnya ramai pengunjung karena produk berkualitas dengan harga terjangkau, seiring waktu terjadi penurunan jumlah pelanggan yang menjadi tantangan bagi pengembangan usahanya.

Selain itu, tim juga mengunjungi usaha milik Bapak Aswad di Narmada, yang bergerak di bidang elektronik dan mebel. Awalnya, beliau berjualan nasi di rumah, namun melihat peluang bisnis yang lebih besar, ia membuka toko elektronik pada tahun 2011 dan kemudian menambah usaha mebel pada tahun 2015. Keberhasilan usaha ini turut diikuti dengan meningkatnya persaingan pasar, di mana banyak pelaku usaha baru yang membuka bisnis serupa sehingga menimbulkan tantangan dalam mempertahankan pangsa pasar. Kedua studi kasus tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi usaha dan kapasitas pengelolaan bisnis pelaku UMKM di Lombok Barat. Meskipun memiliki kreativitas dan semangat kewirausahaan yang tinggi, para pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam hal pemahaman etika bisnis, kemampuan merumuskan strategi persaingan yang sehat, serta pemanfaatan teknologi digital secara efektif dan beretika. Hal ini mengindikasikan bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh produk dan harga, tetapi juga oleh integritas moral, keadilan dalam persaingan, serta kemampuan adaptasi terhadap transformasi digital

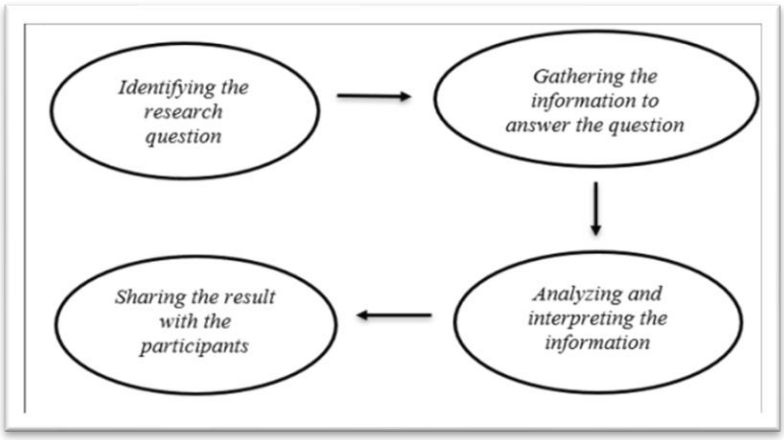
*Gambar 2. Focus Group Disscussion*

Dari berbagai kunjungan tersebut, tim pengabdian memperoleh gambaran umum mengenai sejarah, perkembangan, dan permasalahan yang dihadapi UMKM di Lombok Barat. Untuk menindaklanjuti hasil observasi, tim melaksanakan Focus Group Discussion (FGD) dengan tujuan merumuskan strategi kegiatan edukatif yang tepat sasaran. Berdasarkan hasil FGD, disepakati bahwa fokus utama kegiatan ini adalah memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM terkait etika bisnis, strategi persaingan, dan pemanfaatan platform digital secara beretika dan efektif. Dengan demikian, hubungan antara hasil studi kasus lapangan dan kebutuhan edukasi menjadi jelas: tantangan nyata yang dihadapi oleh UMKM di Lombok Barat menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas melalui edukasi terarah yang mencakup aspek moral (etika bisnis), aspek kompetitif (strategi persaingan usaha), serta aspek teknologi (pemanfaatan platform digital). Melalui kegiatan edukatif ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan pemahaman tentang nilai-nilai moral dalam bisnis, mengembangkan keterampilan manajemen, memperkuat keberlanjutan usaha, serta menciptakan reputasi positif yang memberikan nilai tambah bagi konsumen dan masyarakat secara luas

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR). Metode PAR merupakan pendekatan kolaboratif yang bertujuan untuk mengatasi berbagai hambatan atau permasalahan yang dihadapi masyarakat melalui partisipasi aktif seluruh pihak yang terlibat, baik peneliti maupun mitra UMKM [6]. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah, tetapi juga pada upaya mengubah pola pikir, meningkatkan kesadaran, dan memperkuat kapasitas masyarakat dalam menemukan solusi yang berkelanjutan. Lebih lanjut [7] menegaskan bahwa metode PAR mendorong terciptanya hasil yang memuaskan karena melibatkan pemangku kepentingan secara langsung dalam proses pengambilan keputusan. Sementara itu, [8] menyatakan bahwa keunggulan PAR terletak pada keterlibatan aktif masyarakat yang menjadi subjek kegiatan, bukan sekadar objek penelitian. Pendekatan ini memungkinkan penerapan solusi yang sesuai dengan konteks lokal dan kebutuhan riil masyarakat, khususnya dalam pengembangan UMKM.

Mengacu pada [10] metode PAR terdiri atas empat tahapan utama yang dilaksanakan secara berurutan dan saling berkaitan, yaitu: (1) identifikasi masalah dan rumusan pertanyaan penelitian, (2) pengumpulan informasi, (3) analisis dan pemahaman data, serta (4) pelaporan hasil kepada peserta dan perumusan tindakan lanjutan. Setiap tahapan dilakukan secara partisipatif agar hasil yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi dan kebutuhan mitra UMKM yang menjadi sasaran kegiatan.




*Gambar 3. Empat Tahapan Metode PAR*

Metode Participatory Action Research (PAR) terdiri atas empat tahapan yang saling berurutan dan terintegrasi. Menurut [9] tahapan tersebut meliputi: (1) menentukan pertanyaan penelitian, (2) mengumpulkan informasi untuk menjawab pertanyaan tersebut, (3) menganalisis dan memahami informasi yang diperoleh, serta (4) menyampaikan hasil kepada peserta untuk ditindaklanjuti. Setiap tahapan memiliki fungsi dan makna yang berbeda, namun semuanya harus dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan agar hasil akhir mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya di lapangan [8].

Tabel 1. Tahapan Metode Penelitian Participatory Action Research (PAR)

| Tahap Kegiatan | Waktu Pelaksanaan | Kegiatan Utama | Peran dan Partisipasi Mitra UMKM | Output yang Dihasilkan |
|---|---|---|---|---|
| 1. Identifikasi Masalah dan Perumusan Pertanyaan Penelitian | Minggu 1–2 | - Melakukan observasi awal di lokasi mitra<br>- Melaksanakan wawancara mendalam dengan pelaku usaha<br>- Menyelenggarakan diskusi kelompok untuk menggali permasalahan utama | - Menyampaikan kendala usaha yang dihadapi (etika bisnis, strategi bersaing, dan digitalisasi)<br>- Memberikan masukan terhadap arah fokus kegiatan<br>- Berpartisipasi aktif dalam diskusi identifikasi masalah | Daftar permasalahan utama dan rumusan pertanyaan penelitian yang berangkat dari kebutuhan riil mitra |
| 2. Pengumpulan Informasi | Minggu 3–4 | - Melakukan survei dan observasi lanjutan di lokasi usaha<br>- Melaksanakan FGD untuk mendalami pola praktik bisnis<br>- Mengumpulkan data terkait pemasaran, manajemen, dan teknologi | - Memberikan data dan informasi empiris mengenai kegiatan usaha<br>- Menunjukkan praktik bisnis sehari-hari di lapangan<br>- Berdialog aktif selama kegiatan FGD | Data primer dan sekunder yang relevan dengan kondisi usaha serta dokumentasi lapangan |
| 3. Analisis dan Pemahaman Data | Minggu 5–6 | - Mengolah dan menafsirkan data hasil observasi dan FGD<br>- Melibatkan mitra dalam validasi temuan<br>- Menyusun alternatif solusi yang kontekstual | - Berpartisipasi dalam proses analisis hasil temuan<br>- Memberikan pandangan praktis terhadap hasil interpretasi akademik<br>- Menilai kelayakan solusi yang diusulkan | Laporan hasil analisis bersama dan rancangan awal solusi perbaikan usaha |
| 4. Pelaporan Hasil | Minggu 7–8 | - Menyajikan hasil penelitian | - Mengikuti pelatihan | Dokumen laporan |

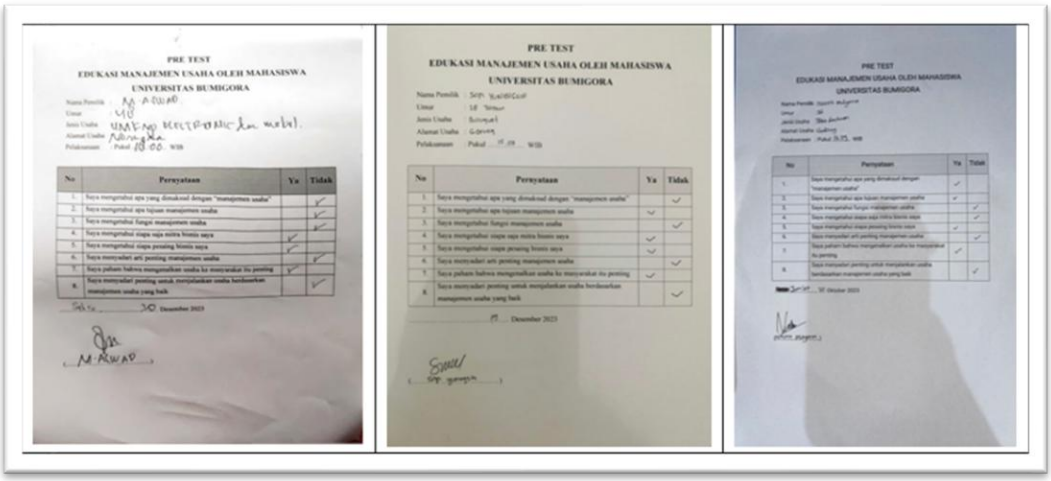
| | | | |
|---|---|---|---|
| dan Perumusan Tindakan Lanjutan | kepada mitra UMKM<br>- Melaksanakan pelatihan dan edukasi tentang etika bisnis, strategi bersaing, dan pemanfaatan teknologi digital<br>- Menyusun rencana tindak lanjut bersama mitra | secara aktif<br>- Memberikan umpan balik terhadap hasil kegiatan<br>- Menyepakati rencana implementasi hasil kegiatan | akhir, modul edukasi, dan rencana tindak lanjut yang disetujui bersama |

## 3. HASIL & PEMBAHASAN

Penerapan prinsip hukum bisnis, etika bisnis, dan persaingan usaha menjadi aspek penting dalam mendukung keberlanjutan serta profesionalisme pelaku UMKM di wilayah Lombok Barat. Dalam konteks hukum bisnis, kegiatan usaha yang dijalankan oleh mitra perlu berlandaskan pada kepastian hukum agar aktivitas ekonomi berlangsung tertib, adil, dan dapat dipertanggungjawabkan secara legal.

Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, tim terlebih dahulu membagikan instrumen pre-test kepada seluruh mitra yang terlibat dalam program. Pelaksanaan pre-test ini bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman awal para peserta mengenai topik-topik utama yang akan disampaikan, yaitu etika bisnis, strategi persaingan usaha, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan bisnis [10]. Melalui pre-test ini, tim pengabdian dapat memperoleh gambaran umum mengenai sejauh mana wawasan, pengalaman, dan pemahaman awal mitra terhadap konsep-konsep tersebut [11].

Selain sebagai alat ukur, hasil pre-test juga menjadi dasar penting dalam merancang pendekatan pembelajaran yang lebih tepat sasaran [10] dan [11]. Data yang diperoleh digunakan untuk menyesuaikan materi dan metode penyampaian agar lebih relevan dengan kebutuhan serta tingkat pemahaman peserta. Dengan demikian, kegiatan edukasi yang dilaksanakan dapat berjalan lebih efektif dan berorientasi pada peningkatan kapasitas mitra secara nyata. Tahapan ini juga membantu tim pengabdian dalam menilai keberhasilan program secara komparatif, karena hasil pre-test akan dibandingkan dengan hasil post-test di akhir kegiatan guna mengidentifikasi peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pengabdian.




*Gambar 4. Hasil Pre-test*

Hasil pre-test menunjukkan bahwa mitra belum memahami secara menyeluruh beberapa aspek penting dalam etika bisnis maupun manajemen usaha. Temuan ini menjadi dasar bagi tim pengabdian dalam merancang materi edukasi yang relevan untuk menjawab permasalahan mitra [11]. Berdasarkan hasil tersebut, tim menyusun rangkaian kegiatan pembelajaran yang difokuskan pada peningkatan pemahaman tentang etika bisnis, strategi persaingan usaha, serta pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan bisnis.

Dalam pelaksanaannya, narasumber utama pada sesi materi bisnis adalah Bapak L. Jatmiko Jati beserta team pengabdian , seorang dosen sekaligus praktisi bisnis. Team pengabdian menjelaskan bahwa etika bisnis merupakan sekumpulan norma, prinsip dan nilai yang mengatur perilaku individu maupun organisasi dalam menjalankan aktivitas bisnis [12]. Etika bisnis menekankan pentingnya mempertimbangkan aspek moral dalam setiap keputusan dan interaksi bisnis, baik dengan pelanggan, mitra kerja, karyawan, pemasok, maupun masyarakat luas [13]. Tujuan utama dari penerapan etika bisnis adalah menciptakan lingkungan usaha yang adil, terpercaya, dan berkelanjutan dengan memastikan bahwa setiap tindakan dan keputusan bisnis selaras dengan prinsip moral dan ketentuan hukum yang berlaku [14].

*Gambar 5. Kegiatan Edukasi Etika Bisnis, Strategi Bisnis, dan Pemanfaatan Teknologi untuk Bisnis*

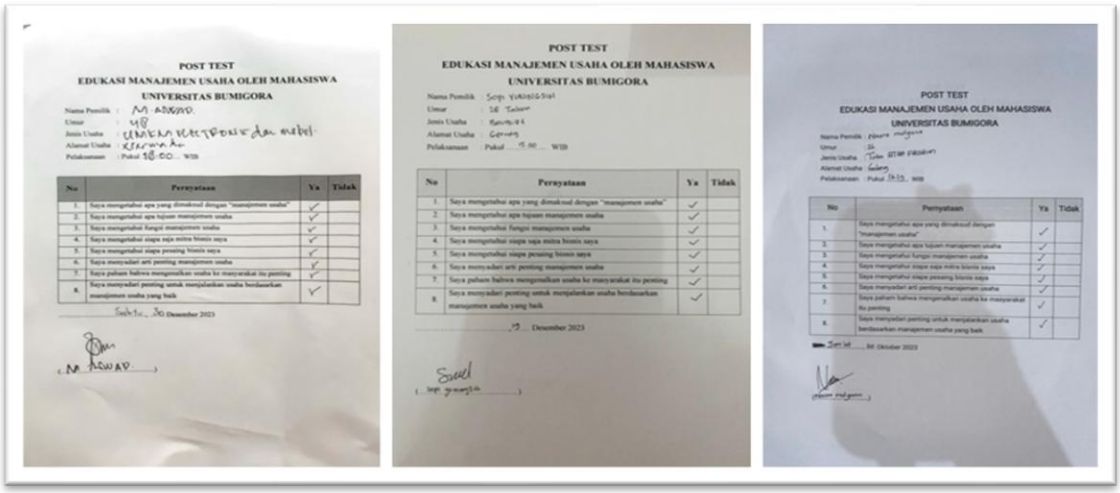
Pada sesi berikutnya, Bapak L. Jatmiko Jati dan team pengabdi memberikan materi mengenai manajemen usaha. Materi tersebut menjelaskan bahwa manajemen usaha merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap sumber daya yang dimiliki organisasi, baik sumber daya manusia, keuangan, maupun fisik, guna mencapai tujuan bisnis secara efektif dan efisien [15]. Proses ini melibatkan pengambilan keputusan strategis, pengelolaan sumber daya, serta evaluasi kinerja untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha [16]. Dalam praktiknya, manajemen usaha berfokus pada profitabilitas, efisiensi operasional, keunggulan kompetitif, kepuasan pelanggan, inovasi, pertumbuhan perusahaan, kesejahteraan karyawan, dan keberlanjutan lingkungan [16] dan [17]. Keempat fungsi utama manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian, menjadi landasan dalam pencapaian tujuan organisasi sekaligus sebagai sarana adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

Selanjutnya, sesi tentang hukum bisnis dan pemanfaatan teknologi disampaikan oleh Hilman Prayuda yang dimana hukum bisnis berperan sebagai instrumen pengatur hubungan antar pelaku usaha dan antara pelaku usaha dengan konsumen, sekaligus menjadi sarana perlindungan terhadap hak dan kewajiban para para pihak [13] dan kepatuhan terhadap ketentuan perizinan, perjanjian, perlindungan konsumen, serta regulasi persaingan usaha merupakan manifestasi konkret dari praktik bisnis yang beretika dan sesuai dengan koridor hukum yang berlaku [15]. Mitra bisnis diartikan sebagai pihak atau entitas yang menjalin kerja sama dengan perusahaan untuk mencapai tujuan yang saling menguntungkan, mencakup hubungan dalam bentuk pemasok, distributor, kolaborasi pemasaran, hingga investasi bersama. Sementara itu, pesaing bisnis merupakan entitas yang bergerak pada industri sejenis dan menawarkan produk atau layanan yang serupa, sehingga terjadi persaingan untuk menarik minat dan kepercayaan konsumen. Analisis terhadap pesaing menjadi langkah penting bagi perusahaan untuk memahami dinamika kompetitif dan menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan pasar [16] dan [17].

Pemateri juga menekankan bahwa teknologi informasi memiliki peran signifikan dalam meningkatkan daya

saing dan efisiensi bisnis. Pemanfaatan teknologi mencakup berbagai aspek seperti promosi, transaksi jual beli, layanan pelanggan, manajemen keamanan data, serta peningkatan efisiensi operasional. Melalui teknologi berbasis kecerdasan buatan, pelaku usaha dapat melakukan inventarisasi stok, menyusun laporan keuangan, serta memberikan layanan tanggapan otomatis terhadap pertanyaan pelanggan (*Frequently Asked Questions*). Di era digital saat ini, strategi promosi berbasis teknologi memungkinkan pemilik usaha menjangkau pasar sasaran secara lebih cepat dan terukur melalui berbagai platform seperti media sosial, situs video, forum daring, dan laman interaktif. Selain itu, teknologi informasi juga mendukung proses evaluasi dan pelaporan kinerja perusahaan melalui sistem pengumpulan data dan perangkat lunak khusus yang memungkinkan analisis lebih akurat dan efisien.

Pada akhir kegiatan, tim pengabdian membagikan post-test kepada seluruh mitra sebagai instrumen evaluasi untuk mengukur perubahan tingkat pemahaman setelah mengikuti rangkaian kegiatan edukasi. Hasil post-test ini menjadi dasar penilaian terhadap efektivitas kegiatan dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam aspek etika bisnis, manajemen usaha, serta pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan bisnis [8] dan [10].




*Gambar 6. Post-test*

Berdasarkan hasil post-test yang telah dilaksanakan, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam tingkat pemahaman mitra terhadap materi yang disampaikan selama kegiatan. Mitra menunjukkan kemajuan dalam memahami konsep etika bisnis, strategi persaingan usaha, serta pemanfaatan platform digital secara strategis dan etis dalam konteks pengembangan bisnis. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kegiatan edukasi yang dilaksanakan telah berhasil meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan kemampuan praktis mitra dalam mengelola usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas mitra, baik dari segi pemahaman teoritis maupun penerapan praktis dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dapat dicapai melalui pendekatan partisipatif yang terarah. Berdasarkan hasil pre-test, mayoritas mitra masih memiliki pemahaman terbatas mengenai konsep etika bisnis dan strategi manajemen usaha. Hal ini disebabkan oleh kurangnya akses terhadap pelatihan formal serta rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR), kegiatan edukasi disusun secara kolaboratif agar sesuai dengan konteks lokal dan kebutuhan riil mitra. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya proses pembelajaran dua arah antara tim pengabdian dan peserta, sehingga transfer pengetahuan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif terhadap permasalahan nyata yang dihadapi pelaku usaha.

Materi edukasi yang diberikan berfokus pada tiga aspek utama, yaitu etika bisnis, strategi persaingan usaha, dan pemanfaatan teknologi digital dalam bisnis. Melalui sesi etika bisnis, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam praktik usaha yang berorientasi pada keberlanjutan. Sesi manajemen usaha kemudian memperkuat kemampuan peserta dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya agar usaha dapat berjalan secara efisien dan kompetitif. Sementara itu, sesi pemanfaatan teknologi menekankan pentingnya transformasi digital melalui strategi pemasaran daring, penggunaan platform media sosial, serta pengelolaan data berbasis sistem informasi. Kombinasi ketiga materi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran peserta terhadap pentingnya inovasi dan etika dalam menghadapi dinamika bisnis modern.

Hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Peningkatan ini mencakup kemampuan dalam mengidentifikasi praktik bisnis yang beretika, merancang strategi bersaing yang adaptif, serta memanfaatkan teknologi digital secara efektif dalam pengembangan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan perilaku bisnis yang lebih profesional di kalangan pelaku UMKM. Dampak keberhasilan program ini diharapkan berlanjut melalui penerapan prinsip-prinsip yang telah diperoleh dalam kegiatan sehari-hari, sehingga dapat mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan serta meningkatkan daya saing UMKM di wilayah Lombok Barat.

### 3.1 Tantangan dan Hambatan Pelaksanaan

Selama pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian menghadapi beberapa tantangan dan hambatan yang perlu dicatat sebagai bahan evaluasi untuk kegiatan berikutnya.

1. Keterbatasan waktu pelaksanaan, di mana setiap tahapan kegiatan hanya berlangsung selama dua minggu sehingga koordinasi antara tim dan mitra perlu dilakukan dengan sangat efisien agar seluruh agenda dapat terlaksana tepat waktu.
2. Rendahnya literasi digital sebagian peserta menyebabkan proses pembelajaran tentang pemanfaatan teknologi digital berjalan lebih lambat. Beberapa peserta memerlukan pendampingan tambahan untuk memahami penggunaan platform daring dan aplikasi bisnis.
3. Perbedaan tingkat pendidikan dan pengalaman usaha di antara mitra UMKM juga menjadi kendala, karena penyampaian materi harus disesuaikan agar dapat diterima oleh seluruh peserta secara merata.
4. Keterbatasan fasilitas teknis, seperti perangkat komputer dan akses internet yang tidak merata di lokasi kegiatan, menghambat pelaksanaan sesi praktikum berbasis digital.
5. Faktor waktu operasional usaha mitra, di mana beberapa peserta masih aktif menjalankan bisnis harian, menyebabkan kehadiran dalam sesi tertentu tidak maksimal.

Meskipun demikian, tantangan tersebut dapat diatasi melalui strategi adaptif seperti pendampingan personal, penyederhanaan materi teknis, serta penyesuaian jadwal kegiatan agar lebih fleksibel terhadap kondisi mitra. Dengan adanya evaluasi ini, diharapkan pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang dapat berlangsung lebih optimal dan memberikan dampak yang lebih luas bagi penguatan kapasitas pelaku UMKM di Lombok Barat.

## 4. KESIMPULAN

Dapat disimpulan bahwa memberikan edukasi kepada pemilik UMKM terkait etika bisnis, strategi persaingan usaha, dan strategi serta etika dalam pemanfaatan teknologi untuk bisnis memiliki dampak positif. Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya memahami aspek normatif yang mengatur aktivitas bisnis, tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai moral seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam menjalankan usaha. Pemahaman tersebut membentuk perilaku bisnis yang lebih berintegritas, transparan, dan berorientasi pada

keberlanjutan.. Hal ini memiliki manfaat berkelanjutan, termasuk dalam membangun reputasi positif, memenangkan kepercayaan pelanggan, dan menjaga hubungnan baik dengan mitra bisnis. Edukasi tentang strategi persaingan usaha dan strategi serta etika dalam pemanfaatan teknologi untuk bisnis juga membuka peluang untuk inovasi dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan, dengan fokus pada produk dan layanan yang lebih baik dan lebih bermanfaat bagi masyarakat. Pemilik UMKM yang memiliki pemahaman tentang etika bisnis juga lebih mampu mengatasi tantangan bisnis dengan cara yang adil dan beretika sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dengan begitu, kegiatan edukasi kepada pemilik UMKM ini tidak hanya menguntungkan bagi usaha mereka sendiri, tetapi juga memiliki dampak positif yang lebih luas terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar mereka. Kegiatan pengabdian ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan literasi hukum dan etika bagi pelaku UMKM, tetapi juga menumbuhkan kesadaran bahwa keberhasilan usaha bergantung pada keseimbangan antara kepatuhan hukum, integritas moral, dan kemampuan bersaing secara adil serta bagaimana strategi persaingan usaha, serta etika dalam pemanfaatan teknologi untuk bisnis menjadi landasan penting untuk menciptakan keberhasilan yang berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih diberikan kepada Program Studi Ilmu Hukum, Program Studi Manajemen Universitas Bumigora serta Lembaga Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bumigora Mataram.

## DAFTAR PUSTAKA

[1] Jati, L. J., Sulastri, S., Talidobel, S., & Umam, M. C. (2024). Pengembangan bisnis dengan pembuatan bmc berdasarkan analisis swot dan pemasaran berbasis teknologi umkm pisang coklat. 2898, 8–15.

[2] Candradewi, Ida Ayu Prabashinta, and Susi Retna Cahyaningtyas. 2025. “Analisis Risiko dan Strategi Mitigasi pada UMKM Buket Bunga di Lombok: Studi Kasus 10 UMKM Buket Bunga.” Jurnal Ilmiah Global Education 6 (2): 467–484. https://doi.org/10.55681/jige.v6i2.3696.

[3] Aini, R., & Wati, F. (2023). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. Journal Josee, 1(2). Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Manna Wa Salwa, Tanah Datar, Indonesia. Retrieved from https://ejournal.mannawasalwa.ac.id/index.php/josee/index

[4] Melani, F., Zalukhu, M., & Hartono, W. J. (2025, Juli 20). Kewirausahaan menumbuhkembangkan UMKM di era digital di kalangan mahasiswa STMIK Dharmapala Riau. Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 20(1). https://doi.org/10.46975/yjrjz402

[5] Khairani, S., Azra, I., & Zainarti. (2025). Strategi digitalisasi sebagai solusi pemasaran UMKM: Studi pada Warung Sarapan Tiga Dara di Medan Area. Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah, 3(3), 263–273. https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i3.1965

[6] Siswadi, & Syaifuddin, A. (2024). Penelitian tindakan partisipatif metode PAR (Participatory Action Research): Tantangan dan peluang dalam pemberdayaan komunitas. Ummul Qura: Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan, 19(2), 111–125. https://doi.org/10.55352/uq

[7] Afandi, A. (2020). Participatory Action Research (PAR) Metodologi Alternatif Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Transformatif. LP2M UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

[8] Achadiyah, B. N. (2019). Otomatisasi Pencatatan Akuntansi Pada Umkm. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 10(1). https://doi.org/10.18202/jamal.2019.04.10011

[9] Lune, H., & Berg, B. L. (2017). Qualitative Research Methods for the Social Sciences (Ninth Edit). Pearson Education Limited. http://law.gtu.ge/wp-content/uploads/2017/02/Berg-B.-Lune-H.-2012.-Qualitative-Research-Methods-for-the-Social-Sciences.pdf

[10] Hidayah, L., Dewitasari, S., Pinasti, D. B. A., & Falcha, N. Z. N. (2025). Pelatihan pengembangan karakter untuk meningkatkan kerja sama dan motivasi siswa SMA. Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran (JTPP), 3(1), 46–53. https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jtpp/index

[11] K. Kriswantoro and L. Wulandari, "Optimalisasi e-panduan skripsi pada mahasiswa tingkat akhir," A.I: Jurnal Abdimas Indonesia, vol. 4, no. 4, 2024.

[12] Bastian, A., Sari, E., Awal, R., Martalasari, M., Whayuni, S., & Chahyadi, E. (2025). STEM integration training in learning for teachers of SMK Kesehatan Proskill Indonesia Pekanbaru and Tualang [Pelatihan integrasi STEM dalam pembelajaran untuk guru SMK Kesehatan Proskill Indonesia Pekanbaru dan Tualang]. DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 9(3), 949–958. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v9i3.26968

[13] Nugroho, D., & Suryanto, H. (2021). Hukum Bisnis di Indonesia: Konsep dan Penerapan dalam Praktik Ekonomi Modern. Yogyakarta.

[14] Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam international human resources management. Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani, 6(2), 68–85. Retrieved from https://journal.paramadina.ac.id/

[15] Suharto, R. (2022). Implementasi Etika Bisnis dalam Penguatan Daya Saing UMKM di Indonesia. Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri, 6(1), 45–57.

[16] Fetriyuna. (2022). Manajemen usaha dan teknik pemasaran untuk wirausaha pangan dalam menghadapi persaingan bisnis. Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora, 4(2), 197–202. ISSN 2656-7156.

[17] Ramadhan, F. S., Hafid, A., Ardiansyah, & Nurjaman, U. (2024). Pengertian wirausaha dan karakteristik wirausaha.Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah, 2(3), 289–298. https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i2.1342