An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 1, Nomor 1, Oktober 2025, 95 - 101

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial pada UMKM Kerajinan Tembikar Lestari Tanjung Morawa Menuju Daya Saing Internasional

Anisa Puspita[1], Cindy Rayani Ibrahim Sinulingga[2], Hendra Ibrahim[3]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial pada UMKM Kerajinan Tembikar Lestari di Tanjung Morawa, Sumatera Utara, serta mengetahui bagaimana penerapan tersebut berkontribusi terhadap peningkatan daya saing menuju pasar internasional. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara serta observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha tembikar lestari senantiasa menjunjung nilai kejujuran, keterbukaan, keadilan dalam setiap aktivitas nya, serta memiliki komitmen tinggi terhadap kualitas produk. Bentuk tanggung jawab sosial dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat lokal dan penerapan produksi ramah lingkungan. Namun, keterbatasan inovasi dan promosi digital masih menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya saing. Penguatan etika bisnis, kesadaran sosial, dan inovasi produk menjadi faktor penting untuk mencapai keunggulan.

Kata Kunci: Etika Bisnis; Tanggung Jawab Sosial; UMKM

Abstract

This study aims to examine the application of business ethics and social responsibility in the Sustainable Pottery Crafts MSME in Tanjung Morawa, North Sumatra, and to determine how this implementation contributes to increasing competitiveness in the international market. The research method used is descriptive qualitative, with data collection through interviews and observations. The results show that the sustainable pottery business owner always upholds the values of honesty, openness, and

[1] Universitas Islam Negeri Sumatera Utara[1,2,] anisapuspita613@gmail.com[1]
cindyrayanisinulingga@gmail.com[2]
[3] Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, Hendra@insan.ac.id

fairness in all its activities, and has a strong commitment to product quality. Forms of social responsibility are carried out through empowering local communities and implementing environmentally friendly production. However, limited innovation and digital promotion remain major obstacles to increasing competitiveness. Strengthening business ethics, social awareness, and product innovation are important factors in achieving sustainable excellence.

Keywords: *Business Ethics, Social Responsibility, UMKM*

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia yang berperan besar dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan ekonomi lokal, serta mendorong pertumbuhan nasional. Salah satu UMKM yang berkembang di bidang industri kreatif adalah UMKM Kerajinan Tembikar Lestari, yang berlokasi di Jl. Medan–Tanjung Morawa Km 12,5 No. 27, Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Usaha ini berdiri pada tahun 2004 oleh Bapak Abdul Malik Sembiring dan kini dikelola oleh Bapak Irwansyah Sembiring.

UMKM ini menghasilkan berbagai produk berbahan dasar tanah liat seperti guci, vas, pot bunga, dan perlengkapan hias rumah. Produk Tembikar Lestari memiliki keunikan tersendiri karena menggabungkan unsur budaya lokal dengan desain modern. Namun, di tengah persaingan global dan era digitalisasi, pelaku UMKM menghadapi tantangan dalam penerapan etika bisnis, tanggung jawab sosial, dan inovasi produk sebagai faktor penentu daya saing internasional.

Menurut Maharani et al. (2025), penerapan etika bisnis menjadi dasar utama dalam membangun kepercayaan konsumen dan citra usaha. Farhan et al. (2025) menegaskan bahwa tanggung jawab sosial bukan hanya bentuk moralitas, tetapi juga strategi keberlanjutan bisnis. Sedangkan Pangarso et al. (2024) menyatakan bahwa penguatan nilai etika dan sosial dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar global.

Novelty dari penelitian ini terletak pada fokus pengkajian penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial dalam konteks UMKM industri kreatif di Tanjung morawa, yang masih jarang di bahas secara mendalam. Dengan demikian, tujuan

penelitian adalah untuk menganalisis bagaimana Tembikar Lestari menerapkan etika bisnis dan tanggung jawab sosial serta dampaknya terhadap daya saing menuju pasar internasional.

B. KAJIAN TEORI

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai moral dan prinsip yang menjadi dasar perilaku dalam kegiatan usaha. Menurut Velasquez (2012), etika bisnis mencakup penerapan standar moral terhadap kegiatan ekonomi, termasuk kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap hak orang lain. Dalam konteks UMKM, etika bisnis menjadi fondasi untuk membangun reputasi dan kepercayaan konsumen, yang merupakan aset penting dalam menjaga keberlanjutan usaha.

Menurut Maharani et al. (2025), etika bisnis tidak hanya mencerminkan integritas individu, tetapi juga menentukan cara organisasi merespons tantangan dan peluang pasar. UMKM yang menerapkan etika bisnis secara konsisten akan memiliki citra positif dan daya tarik yang lebih tinggi di mata pelanggan. Etika bisnis juga berperan dalam mengurangi konflik internal serta meningkatkan loyalitas karyawan melalui budaya kerja yang adil dan terbuka.

Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial merupakan bentuk komitmen pelaku usaha untuk berkontribusi terhadap pembangunan sosial, ekonomi, dan lingkungan secara berkelanjutan. Menurut Carroll (1991), CSR memiliki empat dimensi utama, yaitu tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropis. pada skala UMKM, tanggung jawab sosial dapat diwujudkan melalui kegiatan sederhana seperti memberdayakan masyarakat sekitar, menjaga kelestarian lingkungan, serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan stakeholder.

Farhan et al. (2025) menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial menjadi strategi penting bagi UMKM dalam membangun keberlanjutan bisnis. CSR tidak hanya memperkuat citra positif, tetapi juga meningkatkan loyalitas konsumen serta memperluas peluang pasar. Dalam era globalisasi, konsumen cenderung memilih

produk yang dihasilkan oleh usaha yang memiliki kepedulian sosial dan lingkungan.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

(UMKM) merupakan kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha kecil yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Surat Perintah Pelaksana RI No. 99 Tahun 1990, UKM yaitu usaha masyarakat kecil yang perlu dilindungi dari persaingan tidak sehat.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), usaha kecil memiliki 5–19 orang pekerja, sedangkan usaha menengah memiliki 20–99 orang pekerja. Berdasarkan undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, klasifikasinya adalah:

Usaha Mikro: memiliki aset ≤ Rp50 juta dengan omzet ≤ Rp300 juta per tahun.

Usaha Kecil: memiliki aset Rp50–500 juta dengan omzet Rp300 juta–2,5 miliar per tahun.

Usaha Menengah: memiliki aset Rp500 juta–10 miliar dengan omzet Rp2,5–50 miliar per tahun.

UMKM berperan besar dalam membuka lapangan kerja, mengurangi pengangguran, serta menjadi fondasi penting bagi penguatan ekonomi lokal dan nasional menuju daya saing global.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial pada UMKM Kerajinan Tembikar Lestari di Tanjung Morawa. Teknik penumpulan data di peroleh dari wawancara mendalam dengan pemilik usaha, Bapak Irwansyah Sembiring, mengenai sejarah, sistem produksi, dan penerapan nilai etika serta tanggung jawab sosial.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Kerajinan Tembikar Lestari adalah salah satu pelaku usaha mikro kecil menengah yang bergerak di bidang kerajinan tanah liat. Berdasarkan hasil observasi, UMKM ini telah menjalankan kegiatan bisnisnya dengan memperhatikan nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial. Etika bisnis diterapkan dalam setiap proses usaha, mulai dari produksi, pemasaran, hingga hubungan

dengan konsumen dan masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha memahami pentingnya moralitas dan prinsip kebenaran dalam menjalankan bisnis, sebagaimana dijelaskan oleh Saban Echdar (2019) dan Ferrell & Ferrell (2017) bahwa etika bisnis mencakup tindakan yang dilakukan tanpa melanggar aturan organisasi maupun masyarakat.

Dalam proses produksinya, UMKM Tembikar Lestari menjaga kualitas bahan baku dengan menggunakan tanah liat alami serta memperhatikan kebersihan dan keamanan lingkungan kerja. Setiap produk dibuat dengan teliti dan mengutamakan nilai estetika agar tetap memiliki daya tarik budaya lokal. Etika bisnis juga terlihat dari kejujuran dalam menetapkan harga dan ketepatan waktu pengiriman produk kepada konsumen. Pelaku usaha berupaya membangun kepercayaan dengan memberikan pelayanan yang baik dan menjaga komunikasi yang transparan dengan pelanggan.

Dari sisi tanggung jawab sosial, UMKM ini berperan aktif dalam memberdayakan masyarakat sekitar. Pemilik usaha melibatkan warga lokal sebagai tenaga kerja dan memberikan pelatihan dasar pembuatan tembikar bagi generasi muda agar keterampilan tradisional ini tidak punah. Selain itu, dalam aspek lingkungan, pengrajin berusaha mengelola limbah tanah liat dengan cara mendaur ulang sisa bahan produksi agar tidak mencemari lingkungan.

Etika bisnis dan tanggung jawab yang diterapkan oleh UMKM Tembikar Lestari menjadi dasar penting dalam memperkuat daya saing menuju pasar internasional. Dalam bisnis global, kepercayaan dan reputasi merupakan modal utama yang hanya dapat diperoleh melalui praktik bisnis yang etis. Sebagaimana dikemukakan oleh Gumilar (2018), keberhasilan bisnis internasional menuntut pemahaman terhadap aspek budaya, politik, dan ekonomi dari negara tujuan. Oleh karena itu, UMKM Tembikar Lestari perlu terus meningkatkan profesionalitas, memperhatikan kualitas produk, serta mengembangkan strategi pemasaran digital agar dapat memperluas jangkauan pasar ke tingkat global.

Namun, beberapa tantangan masih perlu diperhatikan, seperti keterbatasan akses teknologi, kemampuan inovasi desain, dan pemenuhan standar kualitas internasional. Dengan meningkatkan etika bisnis, tanggung jawab sosial, serta memanfaatkan teknologi modern, UMKM Tembikar Lestari memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi usaha kerajinan yang tidak hanya

dikenal di tingkat nasional, tetapi juga mampu bersaing di pasar internasional melalui produk yang berkualitas, beretika, dan berkelanjutan.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Kerajinan Tembikar Lestari di Tanjung Morawa telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dan tanggung jawab sosial sebagai landasan utama dalam menjalankan kegiatan usahanya. Prinsip kejujuran, transparansi, dan keadilan diterapkan dalam hubungan dengan konsumen, karyawan, maupun mitra bisnis. Selain itu, komitmen terhadap kualitas produk dan kelestarian lingkungan menjadi wujud nyata tanggung jawab sosial yang dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat sekitar dan penggunaan bahan baku alami.

Penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial tersebut berkontribusi positif terhadap citra usaha, kepercayaan konsumen, dan keberlanjutan bisnis. Namun, upaya menuju daya saing internasional masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan inovasi desain, penguasaan teknologi, dan promosi digital. Untuk itu, penguatan kapasitas sumber daya manusia dan pengembangan strategi pemasaran global menjadi langkah penting bagi UMKM ini untuk berkembang lebih luas di pasar internasional.

UMKM Kerajinan Tembikar Lestari disarankan untuk terus meningkatkan inovasi produk dan strategi pemasaran digital agar dapat bersaing di pasar internasional. Pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan desainer lokal, serta peningkatan kualitas kemasan dapat memperkuat daya tarik produk di tingkat global.

F. SARAN

Pemerintah daerah diharapkan memberikan dukungan pelatihan dan fasilitasi ekspor bagi pelaku UMKM, khususnya dalam pengembangan manajemen mutu dan pemasaran berbasis teknologi.

Selain itu, pelaku usaha perlu mempertahankan nilai etika bisnis dan tanggung jawab sosial sebagai identitas utama, agar keberlanjutan usaha tetap terjaga dan mampu berkontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat serta pelestarian budaya lokal.

G. DAFTAR PUSTAKA

Fadillah A, N., & Ibrahim, H. (2023). Peran Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan.* 12(2). 2494-2498

Farhan, M., Rahma, N. P., Nurmansyah, A., & Novita, Y. (2025). Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Praktik Kewirausahaan Berbasis Syariah. *Journal Education.* 1(1). 739-749

Fauzan, M., & Ibrahim H. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Sebagai Langkah Mewujudkan Perusahaan Menuju Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan.* 12 (2). 2654-2659

Natsir, K., Bangun, N., Alodia, N., & Rahmat, B. I. (2025). Implementasi Etika Bisnis Untuk Memperkuat Daya Saing Umkm Di Era Digital*. Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia.* 8 (1). 20-28

Pangarso, A., Pringgabayu, D., & Ramadhan, M. A. R. (2024). Peningkatan Kesadaran Etika Bisnis Bagi Pelaku Umkm: Menuju Usaha Yang Berkelanjutan Dan Berintegritas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 4 (2). 176-181

Rambe, M., Sugianto, & Syahbudi, M. (2023). Implementasi Metode Pottery Making Dan Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Produk Kreatif UMKM Tembikar Lestari Di Kecamatan Tanjung Morawa Deli Serdang Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi.* 3 (2). 472-480

Sinaga, S., Soeprayogi, H.M & Mesra. Eksperimen Pengembangan Ragam Hias Keremik Di Usaha Tembikar Lestari Deli Serdang*. Journal Of Education, Humaniora And Social Aciences*. 3 (2). 586-593