

Diseminasi Etika Bisnis & *Content Creator* kepada Karang Taruna di Kelurahan Sukorame

**Soniya Auliya Sabilah Hakiki¹, Budi Prabowo²
Rusdi Hidayat N.³ Jajok Dwiridhotjahjono⁴**

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur^{1, 2, 3, 4}

Email korespondensi: 21042010023@student.upnjatim.ac.id, bprabowo621@gmail.com

Abstract

Dissemination is an act of dissemination aimed at the younger generation with the aim of getting more data, raising awareness, tolerance and use of the data. Almost every region in Indonesia has youth organizations which are usually called youth organizations. Karang Taruna can be a forum that exists for the improvement of the young generation, non-partisan, which is built on the basis of awareness and a sense of social responsibility towards young individuals and society, especially the young generation in village/sub-district areas and social communities that reach a break-even point with this in essentially locked in the field of social welfare. Even more so in the business world. There is a moral code that must be followed for effective trading which is often called business ethics. Meanwhile, a content creator is a third party who relevantly shapes the reviews and purchasing decisions of other customers. Apart from that, the research method used is descriptive qualitative. Data collection techniques are carried out through observation, socialization, interviews and documentation. The data analysis technique in this research was carried out through a process of data reduction, data collection, data presentation, and drawing conclusions.

Keywords: *Dissemination; Karang Taruna; Business Ethics; and Content Creator*

Abstrak

Diseminasi merupakan suatu tindakan penyebaran yang ditujukan pada generasi muda dengan maksud agar generasi muda lebih banyak mendapatkan data, membangkitkan kesadaran, bertoleransi dan memanfaatkan data tersebut. Hampir setiap daerah di Indonesia mempunyai organisasi kepemudaan yang biasa disebut organisasi kepemudaan. Karang Taruna dapat menjadi sebuah wadah yang hadir untuk peningkatan generasi muda non-partisan yang dibangun atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial terhadap individu muda dan masyarakat, khususnya generasi muda di wilayah desa/kelurahan dan komunitas sosial yang mencapai titik impas dengan hal tersebut pada dasarnya terkunci dalam bidang kesejahteraan sosial. Terlebih lagi dalam dunia bisnis. Ada kode moral yang harus diikuti untuk perdagangan yang efektif yang sering disebut etika bisnis. Sedangkan, Content creator merupakan seorang pihak ketiga yang secara relevan membentuk tinjauan serta pembelian keputusan pelanggan lain. Selain itu, metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi, sosialisasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui proses reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Kata kunci: Diseminasi; Karang Taruna; Etika Bisnis; dan Content Creator

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Diseminasi merupakan suatu tindakan penyebaran yang ditujukan pada generasi muda dengan maksud agar generasi muda lebih banyak mendapatkan data, membangkitkan kesadaran, bertoleransi dan memanfaatkan data tersebut. Penyebaran berkaitan dengan kegiatan pembangunan yang disusun dan disebarakan berdasarkan pengaturan yang hati-hati melalui dialog atau perkumpulan lainnya sehingga ada kesepakatan untuk melaksanakan pembangunan (Sitanggang, 2022).

Organisasi itu sendiri bisa menjadi bentuk afiliasi dalam lingkungan sosial. Suatu organisasi dapat dicirikan sebagai dua atau lebih individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Setiap bagian dalam organisasi mempunyai kewajiban dan kapasitas klaim masing-masing dimana setiap bagian menjalankan bagiannya berdasarkan kewajibannya. Selain itu, organisasi juga dikatakan sebagai perkumpulan sekumpulan individu yang bekerja sama secara metodis, terorganisir, terorganisir, terbimbing dan terkendali dalam memanfaatkan aset organisasi secara produktif dan efektif untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Hampir setiap daerah di Indonesia mempunyai organisasi kepemudaan yang biasa disebut organisasi kepemudaan. Karang Taruna dapat menjadi sebuah wadah yang hadir untuk peningkatan generasi muda non-partisan yang dibangun atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial terhadap individu muda dan masyarakat, khususnya generasi muda di wilayah desa/kelurahan dan komunitas sosial yang mencapai titik impas dengan hal tersebut pada dasarnya terkunci dalam bidang kesejahteraan sosial. Sebagai organisasi kemasyarakatan pemuda seperti Karang Taruna, dapat menjadi wadah berkumpulnya arahan dan pengembangan serta penguatan dalam upaya mengembangkan kegiatan ekonomi yang menguntungkan dengan memanfaatkan seluruh potensi yang ada di lingkungan, baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang ada (Khaidir, 2023).

Dalam kondisi apapun, ada peraturan tertentu yang harus dipatuhi, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis. Terlebih lagi dalam dunia bisnis. Ada kode moral yang harus diikuti untuk perdagangan yang efektif yang sering disebut etika bisnis. Content creator merupakan seorang pihak ketiga yang secara relevan membentuk tinjauan serta pembelian keputusan pelanggan lain.

Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian yang mendorong, maka dalam penelitian ini penulis memilih judul: “Diseminasi Etika Bisnis dan Content Creator Kepada Karang Taruna diKelurahan Sukorame Untuk meningkatkan Kreativitas”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, ada 2 rumusan masalah yang terkait:

- a) Bagaimana etika bisnis bagi karang taruna yang memiliki bisnis atau memulai bisnis?
- b) Bagaimana cara mengaplikasikan promosi produk/branding product melalui content creator?

Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, ada 2 tujuan penelitian yang terkait:

- a) Untuk mengidentifikasi serta mampu diharapkan karangtaruna menerapkan etika bisnis saat memulai bisnis dan perkembangan dalam bisnisnya.
- b) Untuk mengetahui serta mampu mengimplementasikan promosi produk/branding product melalui content creator.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang menggunakan deskriptif kualitatif. Deskripsi kualitatif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau masalah lain. Sebagian besar penelitian kualitatif diselenggarakan di sekitar masalah yang didefinisikan dengan jelas (Sugiyono, 2018). Objek dalam penelitian ini merujuk pada masalah atau tema yang sedang diteliti, jadi objeknya berkaitan dengan mengajak karang taruna untuk meningkatkan kreativitasnya melalui desiminasi etika bisnis dan content creator. Subjek penelitian merujuk pada informan yang hendak dimintai informasi atau digali datanya, sehingga subjek dalam penelitian ini adalah beberapa masyarakat Kelurahan Sukorame Kabupaten Gresik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi, sosialisasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui proses reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023 melalui sosialisasi etika bisnis dan content creator kepada karang taruna di keclurahan Sukorame.

Etika Bisnis Bagi Karang Taruna Yang Memiliki Bisnis atau Memulai Bisnis



Gambar 1. Sosialisasi Etika Bisnis

Sumber: <https://kelurahansukorame.gresikkab.go.id/artikel/2023/8/25/mahasiswa-pkkm-bina-desa-upn-veteran-jawa-timur-mengadakan-sosialisasi-etika-bisnis>content-creator

Etika bisnis adalah elemen kunci bagi semua orang yang menjalankan fungsi ekonomi dan manajemen bisnis. Selain itu, etika bisnis mengacu pada prinsip dan etika yang mengatur perilaku dan pengambilan keputusan dalam situasi bisnis.

Tujuan dari etika bisnis adalah untuk meningkatkan kesadaran etika dengan memberikan batasan-batasan yang berbeda bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan praktik bisnis yang baik. Salah satu kelebihan etika bisnis adalah jika kita menerapkan etika bisnis dengan baik maka masyarakat akan sangat tertarik untuk menjadi wirausaha.

Contohnya adalah perusahaan Mixue, dimana pelayanannya sangat ramah dan etika bisnis di perusahaan Mixue ini sangat baik. Namun ada brand pesaing yang sangat mirip dengan Mixue yaitu Momoyo. Tetapi, perusahaan Mixue berperan peranan penting dalam produk yang sangat digemari masyarakat Indonesia.

Ciri umum etika bisnis meliputi integritas, keadilan, transparansi, keberlanjutan, kepatuhan hukum, dan pemikiran logis. Prinsip etika bisnis yang umum diterapkan dalam situasi bisnis meliputi rasa hormat, integritas, tanggung jawab sosial, kepatuhan hukum, transparansi, kepercayaan, dan keadilan.

Ada enam cara untuk menerapkan etika bisnis, termasuk menulis kode etika, membangun budaya etika, pelatihan & pendidikan, meningkatkan tanggung jawab sosial, menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan, memperkuat mekanisme pengaduan dan pelaporan, dan melakukan audit dan tinjauan etika, berkoordinasi dengan organisasi eksternal seperti karang taruna di kelurahan Sukorame (I Made Darsan, 2023).

Dari penjelasan materi yang singkat, ada 2 pertanyaan dari karang taruna mengenai etika bisnis yaitu sebagai berikut:

a) Bagaimana kita beretika dalam etika bisnis?

Jawaban:

Cara beretika dalam berbisnis yang pertama adalah dengan mempunyai prinsip jujur. Untuk apa?? Karena prinsip ini memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu kepada pemangku kepentingan seperti pelanggan, investor, dan masyarakat, sehingga terhindar dari penipuan dan penipuan serta berujung pada kesuksesan bisnis bersama. Selain itu, ada enam cara untuk menerapkan etika bisnis, termasuk menulis kode etika, membangun budaya etika, pelatihan dan pendidikan, meningkatkan tanggung jawab sosial, menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan, memperkuat mekanisme pengaduan dan pelaporan, dan melakukan audit dan tinjauan etika, berkoordinasi dengan organisasi eksternal seperti karang taruna di kelurahan Sukorame.

b) Bagaimana cara menjalin hubungan baik dengan pelanggan?

Jawaban:

Ada beberapa langkah untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan, yaitu

1) Mengumpulkan data pelanggan seperti formulir yang telah disediakan secara online maupun offline.

- 2) Melakukan survey seperti memberikan kuesioner kepada pelanggan yang berisi produk yang ditawarkan, kelebihan produk, dan kekurangan produk serta produk apa yang mereka sukai.
- 3) Memberikan timbal balik yang baik terhadap pelayanan keluhan atau complain pelanggan.
- 4) Tepat janji
- 5) Kenali pelanggan secara pribadi agar tidak terlalu formal atau kaku.

Mengaplikasikan Promosi Produk/Branding Product melalui Content Creator



Gambar 2. Sosialisasi Content Creator

Sumber: <https://kelurahansukorame.gresikkab.go.id/artikel/2023/8/25/mahasiswa-pkkm-bina-desa-upn-veteran-jawa-timur-mengadakan-sosialisasi-etika-bisniscontent-creator>

Promosi produk adalah kegiatan pemasaran yang mengacu pada mempromosikan barang/jasa dalam suatu bisnis dengan baik. Tujuan promosi produk adalah untuk menarik calon konsumen baru, menarik perhatian pembeli, menciptakan citra merek, bersaing dengan pesaing yang baik, meningkatkan keuntungan dan menyebarkan informasi (Shaid, 2022).

Ada beberapa fitur periklanan yang sangat membantu pengusaha mengembangkan bisnisnya. Kelima fungsi promosi tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Memperkenalkan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan.
- b) Undang calon pelanggan.
- c) Menjaga citra dan kesan bisnis agar tetap relevan.
- d) Meningkatkan nilai bisnis yang dikelola.
- e) Fungsi Promosi menjadikan penyelesaian masalah untuk mempermudah proses bisnis lainnya.

Content creator yaitu seseorang yang bertanggung jawab atas gagasan serta dapat pembuatan komentar yang menghubungkan suatu konten atau entitas dengan audiens sosialnya. Pertarungan antara copywriting, desain, produksi, dan media lain yang memberikan nilai dan menghubungkan anda dengan audiens target anda.

Misalnya, pembuat konten dapat memposting foto produk atau mereknya di platform media sosial.. Sertakan hashtag yang terkait dengan merek tersebut dan bayar atau terima produk gratis dari merek tersebut sebagai kompensasinya.. Pembuat konten yang rutin aktif di jejaring sosial cenderung sangat disukai dan terhubung dengan keduanya di jejaring sosial. Meskipun popularitas dan konektivitas yang tinggi tidak menjamin seseorang memiliki pengaruh yang signifikan, namun sebaliknya kualitas dan kreativitas yang dihasilkan menjadi kunci yang sangat penting dalam kesuksesan para pembuat konten.

Postingan yang menyertakan konten persuasif seperti konten emosional dan amal akan meningkatkan keterlibatan, sedangkan konten informatif seperti harga, produk, ketersediaan, atau fitur akan menurunkan keterlibatan interaktif bila digunakan sendiri. Terapi meningkatkan keterlibatan apabila dikombinasikan dengan konten persuasif. Maka dapat emposting topik dengan memperkenalkan diri, mengajukan pertanyaan, dan menggunakan kalimat sederhana dan teks pendek akan meningkatkan respons online.

Tren dominan lainnya di media sosial adalah penggunaan hashtag dan URL. Misalnya, hashtag dan URL di Twitter memiliki hubungan yang kuat dengan retweet. Namun, studi konten Facebook menemukan bahwa jumlah link dalam sebuah postingan mengurangi jumlah komentar.UMKM memiliki kepentingan untuk menentukan content creator yang benar dengan menghitung pengaruh keterlibatan pengguna, sebagai faktor terkait pembuat terutama Jumlah pengikutserta usia dan jenis kelamin pembuatnya berperan penting di antara semua prediktor. Demikian pula adalah hari dan jam tertentu yaitu, konteks di mana penonton lebih cenderung terlibat daripada yang lain.

Content creator yang merupakan pakar pemasaran dapat menggunakan informasi ini untuk memilih blogger dan menentukan kapan akan meluncurkan kampanye pemasaran media sosial. UMKM di Kelurahan Sukorame melalui Karang Taruna yang mau memulai bisnis atau udah punya bisnis lama juga diharapkan dapat membantu menganalisis temuan - temuan baru terkait fitur konten yang juga dapat menjadi pedoman strategi pembuatan konten untuk pemasaran media sosial, sehingga dapat menjawab kebutuhan pemasar untuk lebih memahami jenis konten apa yang paling menguntungkan dan menarik.

Misalnya, hasil kami menunjukkan bahwa gambar yang menampilkan orang, adegan, dan emoji mengekspresikan emosi positif, misalnya kelegaan, cinta, kegembiraan, dan meningkatkan keterlibatan. Masalah terbuka untuk dieksplorasi dalam pekerjaan masa depan menyangkut konsekuensi mendesain konten menurut pengetahuan ini. Salah satu contoh sebagai content creator dan pemasaran profesional untuk meningkatkan penggunaan konten yang diprediksi sangat menarik, konten akan kehilangan keefektifannya. Apabila seluruh masyarakat memposting foto dengan wanita di depan alam adegan, pada Jumat malam pukul 20.00 malam, semacam efek kelelahan mungkin terjadi. Tetapi, pendekatan yang harus dihadirkan kepada UMKM di Kelurahan Sukorame melalui Karang Taruna yang mau memulai bisnis atau udah punya bisnis lama juga harus dihadirkan agar mudah ditiru dengan biaya pengawasan yang minim terhadap perkembangan ini dalam waktu dekat (SANTOSA, 2023).

4. KESIMPULAN

Etika bisnis mengacu pada prinsip dan etika yang mengatur perilaku dan pengambilan keputusan dalam situasi bisnis. Tujuan dari etika bisnis adalah untuk meningkatkan kesadaran etika dengan memberikan batasan-batasan yang berbeda bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan praktik bisnis yang baik. Karena prinsip ini memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu kepada pemangku kepentingan seperti pelanggan, investor, dan masyarakat, sehingga terhindar dari penipuan dan penipuan serta berujung pada kesuksesan bisnis bersama. Selain itu, ada enam cara untuk menerapkan etika bisnis, termasuk menulis kode etika, membangun budaya etika, pelatihan dan pendidikan, meningkatkan tanggung jawab sosial, menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan, memperkuat mekanisme pengaduan dan pelaporan, dan melakukan audit dan tinjauan etika, berkoordinasi dengan organisasi eksternal seperti karang taruna di kelurahan Sukorame. Salah satu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan yaitu melakukan survey seperti memberikan kuesioner kepada pelanggan yang berisi produk yang ditawarkan, kelebihan produk, dan kekurangan produk serta produk apa yang mereka sukai.

Misalnya, pembuat konten dapat memposting foto produk atau mereknya di platform media sosial.. Sertakan hashtag yang terkait dengan merek tersebut dan bayar atau terima produk gratis dari merek tersebut sebagai kompensasinya.. Pembuat konten yang rutin aktif di jejaring sosial cenderung sangat disukai dan terhubung dengan keduanya di jejaring sosial. Meskipun popularitas dan konektivitas yang tinggi tidak menjamin seseorang memiliki pengaruh yang signifikan, namun sebaliknya kualitas dan kreativitas yang dihasilkan menjadi kunci yang sangat penting dalam kesuksesan para pembuat konten.

Postingan yang menyertakan konten persuasif seperti konten emosional dan amal akan meningkatkan keterlibatan, sedangkan konten informatif seperti harga, produk, ketersediaan, atau fitur akan menurunkan keterlibatan interaktif bila digunakan sendiri. Namun, studi konten Facebook menemukan bahwa jumlah link dalam sebuah postingan mengurangi jumlah komentar. UMKM memiliki kepentingan untuk menentukan content creator yang benar dengan menghitung pengaruh keterlibatan pengguna, sebagai faktor terkait pembuat terutama Jumlah pengikutserta usia dan jenis kelamin pembuatnya berperan penting di antara semua prediktor. UMKM juga diharapkan dapat membantu menganalisis temuan-temuan baru terkait fitur konten yang juga dapat menjadi pedoman strategi pembuatan konten untuk pemasaran media sosial, sehingga dapat menjawab kebutuhan pemasar untuk lebih memahami jenis konten apa yang paling menguntungkan dan menarik.

SARAN

Ada beberapa saran dari penelitian ini sebagai berikut:

- a) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi mengenai etika bisnis sangat mempengaruhi dalam dunia bisnis untuk melihat kondisi perkembangan bisnis apabila karang taruna memiliki bisnis lama dan memulai bisnisnya ini harus mengimplementasikan etika maka dapat memperoleh keberhasilan suatu bisnisnya.
- b) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi mengenai content creator. Hal ini, sangat berpengaruh pada karang taruna ini dengan mempromosikan produk melalui

sosial media dan minim biaya sehingga sangat berpotensi untuk karang taruna di kelurahan sukorame.

REFERENSI

Buku

I Made Darsan, L. T. (2023). *ETIKA BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.

Khaidir, M. (2023). *Dari pemuda untuk Indonesia*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta

Website

SANTOSA, S. M. (2023). *EFEKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM PENGEMBANGAN PERSONAL BRANDING DAN BRANDING PRODUCT UMKM DI ERA SOCIETY 5.0*. Ponorogo: uwais inspirasi indonesia.

Shaid, N. J. (2022, 10 21). *Apa Itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Fungsinya*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2022/02/19/181905526/apa-itu-promosi-pengertian-tujuan-jenis-dan-fungsinya?page=all>

Sitanggang, D. D. (2022, 11 25). *Diseminasi Adalah: Pengertian, Strategi, dan Tugasnya*. Retrieved from detik.com: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6425766/diseminasi-adalah-pengertian-strategi-dan-tugasnya>