



BIMBINGAN DAN PELATIHAN PENERAPAN ETIKA BISNIS UNTUK MENINGKATKAN PENGETAHUAN DAN KEMAMPUAN IBU-IBU WARGA VILLA SENGKALING DESA MULYOAGUNG KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG

Siti Nurbaya¹, Rulirianto², Bambang Suryanto³, Ellyn Eka Wahyu⁴, Fatkhur Rohman⁵

¹²³⁴⁵Politeknik Negeri Malang

¹Email Address: siti.nurbaya@polinema.ac.id

Abstract

Since the Covid-19 outbreak, resulted some health crisis and also disrupted economic activity. From these conditions, it could be seen that the SME'S sector (that majority were the lower middle class) had been heavily affected by the Covid-19 pandemic. This activity that held by PKM team in 2021 was aimed to provided education to all of entrepreneur that do some business in food and beverages regarding business ethics during the COVID-19 pandemic. This activity was carried out at the Sengkaling Villa Meeting Hall, attended by 20 participants. To implemented our service activities was done by transferring knowledge and discussing some questions and also give the answers. Evaluation of participants' understanding was done by distributing questionnaires. Knowledge transfer was carried out by giving presentations on the meaning and purpose of business ethics, business ethics according to the teachings of the Prophet Muhammad and also business ethics during the Pandemic. This activity received a positive response from the training participants and we hoped that the target audience will continue to upgraded services in the food and beverages sector so that businesses could survived during the pandemic while maintained good business ethics.

Keywords: *Business Ethics, Pandemic, Food and beverages entrepreneurs*

Abstrak

Sejak munculnya Pandemi Covid-19 telah mengakibatkan krisis kesehatan dan mengganggu aktivitas ekonomi. Dari kondisi tersebut, dapat terlihat bahwa sektor UMKM yang mayoritas pelakunya adalah warga kelas menengah ke bawah terdampak besar akibat pandemi Covid-19. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2021 ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan edukasi kepada pemilik usaha *food and beverages* mengenai etika bisnis dimasa pandemi covid-19. Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Pertemuan Villa Sengkaling dengan diikuti oleh 20 peserta. Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian dilakukan dengan transfer pengetahuan dan diskusi tanya jawab. Untuk evaluasi pemahaman peserta dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Transfer pengetahuan dilakukan dengan memberikan presentasi mengenai pengertian dan tujuan etika bisnis, etika bisnis sesuai ajaran Rasulullah SAW dan etika bisnis dimasa Pandemi. Kegiatan ini mendapat respons yang positif dari peserta

pelatihan dan diharapkan kepada khalayak sasaran agar terus melakukan *upgrade* layanan dibidang *food and beverages* agar usaha mampu bertahan dalam masa pandemi dengan tetap mempertahankan etika bisnis yang baik.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Pandemi, Pengusaha *food and beverages*

PENDAHULUAN

Sejak munculnya Pandemi Covid-19 telah mengakibatkan krisis kesehatan dan mengganggu aktivitas ekonomi nasional. Usaha yang terdampak pandemi tidak hanya pada sektor manufaktur, tetapi juga terhadap sektor UMKM yang melanda sejak bulan April 2020 (Bahtiar, 2021). Lebih lanjut beliau menyatakan bahwa dampak dari adanya pandemi terhadap UMKM adalah terjadinya penurunan pendapatan hingga diatas 30 persen karena akibat dari adanya pembatasan sosial dan berbagai aturan yang melarang adanya kerumunan dan aktifitas sosial hingga malam hari. Sedangkan itu, dengan adanya pandemi terdapat perubahan lanskap industri dan peta kompetisi baru ditandai dengan empat karakteristik bisnis yaitu *Hygiene, Low-Touch, Less Crowd, dan Low-Mobility* (Bahtiar, 2021). Dari kondisi tersebut, dapat terlihat bahwa sektor UMKM yang mayoritas pelakunya adalah warga kelas menengah ke bawah terdampak besar akibat pandemi Covid-19. Usaha yang sukses di era pandemi merupakan usaha yang dapat

beradaptasi dengan empat karakteristik tersebut. Pelaku usaha ke termasuk UMKM perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Para pelaku usaha ini juga dapat menumbuhkan-kembangkan berbagai gagasan dan ide usaha baru yang juga dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial-ekonomi masyarakat akibat dampak pandemi. Selain dampak ekonomi, covid juga menyebabkan adanya kelangkaan / *scarcity* (Izzaty, 2020). Banyak pengusaha yang distribusi rantai pasoknya terganggu sehingga berdampak pada kelangkaan produk dan berimbas pada munculnya *panic buying* di kalangan konsumen.

Dampak covid juga dirasakan oleh ibu-ibu Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang yang memiliki usaha dibidang *food and beverages*. Mulai dari kelangkaan bahan baku, penurunan omzet, kenaikan harga yang tidak wajar dari *supplier*, penimbunan barang yang dilakukan oleh produsen, hingga pemutusan hubungan kerja pegawai menjadi tantangan yang harus dihadapi ibu-ibu pengusaha ini.

Mengacu kepada permasalahan diatas, nampak pentingnya etika bisnis dalam menyelesaikan berbagai permasalahan tersebut. Etika bisnis bertujuan untuk adalah agar dapat tercipta hubungan harmonis, serasi dan saling menguntungkan di antara kelompok manusia sebagai individu atau kelompok dan atau institusi (Prihatminingsih, 2019). Dapat diketahui bahwa ibu-ibu pengusaha di Desa Mulyoagung juga terdampak karena perilaku tidak etis yang muncul dalam bisnis ketika pandemic covid19. Dengan demikian maka nampak urgensi dari bimbingan mengenai etika bisnis sebagai solusi dalam mempertahankan usaha dimasa pandemi seperti saat ini.

Mengacu kepada paparan analisis situasi yang tertulis pada pendahuluan diatas, maka permasalahan yang dialami oleh mitra dapat dideskripsikan sebagai berikut :

- a) Bahwa ibu-ibu warga Villa Sengkaling Desa Mulyoagung Kabupaten Malang, belum sepenuhnya memahami tentang etika bisnis/ perilaku etis dalam berbisnis khususnya dalam masa pandemic covid19.
- b) Bahwa ibu-ibu warga Villa Sengkaling Desa Mulyoagung Kabupaten Malang, perlu diberikan bekal wawasan dan pengetahuan tentang etika bisnis

khususnya dalam masa pandemi covid19 agar bisnis kuliner yang sedang dijalankan dapat dilaksanakan dengan tidak meninggalkan kaidah etika bisnis yang baik serta dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen dalam masa pandemi.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

a) Transfer Pengetahuan

Metode ini dilaksanakan dengan cara memberikan presentasi menggunakan media *slide powerpoint* yang didukung dengan penggunaan *sound system*, proyektor dan *screen*. Proses transfer pengetahuan diawali dengan membeberkan tentang fenomena covid19 kaitannya dengan UMKM dan permasalahan etika bisnis. Kemudian penjelasan dilanjutkan dengan solusi yang telah dihimpun dari beberapa referensi terkait dengan permasalahan etika bisnis dalam masa pandemic covid19.

b) Diskusi dan Tanya Jawab

Setelah presentasi selesai dilakukan, maka selanjutnya dilaksanakan kegiatan diskusi dan tanya jawab. Diskusi tersebut diawali dengan membuka sesi

pertanyaan dari peserta kegiatan. Kemudian jawaban dari pertanyaan tersebut akan dikaitkan dengan materi yang telah disampaikan yang berkaitan dengan etika bisnis.

Pelaksanaan Kegiatan

Peserta / khalayak sasaran yang mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang tahun 2021 berasal dari Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, kabupaten Malang sejumlah 20 orang. Peserta merupakan ibu-ibu yang memiliki usaha yang bergerak dalam bidang *food and beverages* yang berada di daerah Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Daftar nama peserta dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini :

No	Nama Peserta	Nama Usaha
1.	Hana Rasyida	Kebab Turki Baba Revilla
2.	Niluh Putu	Bli Badre Kitchen
3.	Afifa Husna	Bikin Wareg Chicken Bowl
4.	Maya Lustiyana	Dimsum Kamayu
5	Khusnul Fadilla	Mi Jagoan Bu Khusnul
6.	Endang Suprihatiningsih	Toko Kue Obby
7.	Dewi Indah	Kedai D24
8.	Farida Subhan	Bestari Coffee
9.	Sulistyowati	Malang Trifle
10.	Enny Sulistyowati	Katering Hj. Enny
11.	Fika Khoirina	Salad Buah Premium

No	Nama Peserta	Nama Usaha
		Malang
12.	Zahra Zafira	Momuuung .id
13.	Cicik Rohmah	Syamuhuke (Kue Basah)
14.	Rinda Ayu Hapsari	Biabox Donut Premium
15.	Hana Alkatiri	Dapur Kue Hana Alkatiri
16.	Feby Onie	Zifu Salad
17.	Yunia Minara	Dapur Namira
18	Sri Rahayu	Piscok Lumer
19.	Ledy Berliana	Pancong LDR
20.	Arifatin Nuraini	Macaron Tuffero

Sumber: Data Diolah, 2021

Kegiatan PKM tahun 2021 ini dilaksanakan di salah satu rumah warga di Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang ibu-ibu. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 3 Juli 2021 dari pukul 09.00 sampai selesai pada pukul 14.00 WIB. Sebelum kegiatan PKM dilaksanakan, kami selaku pelaksana kegiatan PKM melakukan *screening* terhadap suhu badan dari masing-masing peserta. Setelah semua peserta selesai dilakukan pengecekan suhu badan, maka selanjutnya pelaksana kegiatan PKM melakukan sterilisasi dengan memberikan *hand sanitizer* kepada setiap peserta agar semua peserta berada dalam keadaan bersih.

Proses Penyampaian Materi

Pada kesempatan ini, proses penyampaian materi dilakukan dengan menggunakan *slide* presentasi dan set

proyektor. Proses kegiatan penyampaian materi dimulai pada pukul 09.15 berakhir pada pukul 11.00 WIB.



Gambar 1 Proses Penyajian Materi

Proses penyampaian materi ini diawali dengan memberikan penjelasan mengenai:

- a. Pengertian etika bisnis adalah pengetahuan tentang tata cara ideal dalam pengaturan dan pengelolaan antara lain: norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan berlaku secara ekonomi dan sosial (Mulyaningsih dan Hermina, 2017)
- b. Tujuan menerapkan etika bisnis adalah agar semua orang terlibat dalam bisnis itu sendiri dan agar belajar bagaimana mengadakan pertimbangan yang baik secara etis maupun ekonomis (Prihatminingsih, 2019).
- c. Terdapat beberapa macam etika yang dapat dilakukan sebagai pengusaha, antara lain etika

terhadap karyawan, etika terhadap *supplier*, etika terhadap pemerintah, etika terhadap pelanggan serta etika terhadap pesaing.

- d. Dalam Islam terdapat seorang *role model* yang dapat dijadikan sebagai panutan dalam berbisnis yakni Nabi Muhammad SAW (Yahya, 2020). Dalam menjalankan bisnisnya, terdapat beberapa contoh perilaku yang dapat kita tiru sebagai pengusaha antara lain perilaku *shiddiq* (jujur), *tabligh* (mampu mengkomunikasikan produk secara tepat), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (mengerti tugas dan tanggungjawabnya dalam bisnis).
- e. Adanya pandemi covid19 telah menyebabkan berbagai sektor ekonomi mengalami penurunan dikarenakan pemberlakuan restriksi sosial oleh pemerintah. Salah satu yang paling terdampak adalah usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman (*food and beverages*) (Bahtiar, 2021). Secara makro, dengan adanya restriksi sosial (tidak boleh ada kerumunan dan makan di restoran) serta adanya jam malam menyebabkan terjadinya penurunan omzet dari pelaku usaha FnB. Disisi yang lain, karena adanya pembatasan sosial memunculkan perilaku bisnis yang cenderung semena-mena dikalangan *supplier*

seperti penimbunan bahan baku (*stockpiling*) serta kenaikan harga yang tidak wajar (Pasha et al., 2020). Pada sisi *customer*, terdapat peningkatan standar layanan makanan sebagai akibat dari adanya pandemi yang mengharuskan pelaku usaha mengeluarkan biaya ekstra untuk pemenuhan standar agar makanan dan minuman bisa higienis dan bersih seperti penggunaan plastic / kertas bungkus ramah lingkungan, penggunaan sumpit tersterilisasi, bungkus plastik untuk segala jenis makanan dan lain sebagainya (Fonseca et al., 2021). Tentunya disisi pengusaha, hal ini justru menimbulkan keresahan karena dalam situasi yang serba sulit seperti saat ini masih banyak pihak yang ‘mengambil keuntungan dalam kesempatan’. Maka dari itu sebagai pengusaha dibidang *food and beverages* yang menjunjung tinggi etika dalam berbisnis selayaknya mampu untuk *building resilience* dengan beberapa hal menurut Hall et al., (2021) diantaranya:

1. Menjalin dan mempererat kerjasama (*collaboration*) baik kerjasama antara pengusaha dengan *supplier*, antar *supplier*, antar pengusaha, maupun antara pengusaha dengan *customer*. Tentunya jalinan kerjasama ini harus

didasarkan pada kesetaraan sosial dan rasa saling membutuhkan sehingga mengedepankan konsep *win-win solution*.

2. Mempelajari hal-hal baru yang dapat memenuhi ekspektasi dari konsumen. Jika selama ini usaha dijalankan dengan metode *offline*, maka ada baiknya untuk masuk pada *vendor online* seperti pada *gofood / grabfood*. Restriksi sosial menyebabkan pengusaha kuliner tidak boleh melayani makan ditempat (*dine in*) dan khusus hanya boleh melayani pesan antar (*delivery order*) sehingga mau tidak mau pengusaha yang bergerak dalam bidang *food and beverages* agar mempertahankan dalam memperoleh order harus bergabung dengan layanan *online*. Selain itu, tidak hanya *shifting* dari lapak *offline* menuju *online*, pengusaha harus berusaha untuk mempelajari lebih lanjut mengenai kebutuhan konsumen FnB di era pandemi. Sebagai contoh, pemerintah mengeluarkan peraturan restriksi sosial yang mengharuskan untuk tidak boleh ada kerumunan seperti pesta pernikahan, pesta ulangtahun dan segala bentuk kerumunan lainnya yang dapat berdampak terhadap usaha katering. Usaha katering harus bisa

menyesuaikan diri dengan tuntutan era covid19 misalnya merubah konsep *buffee* menjadi konsep *rice box*, atau mengubah konsep *buffee* menjadi hantaran oleh-oleh / *hampers*. Kemudian mempelajari lagi konsep *packaging* yang aman terhadap bakteri.

3. Berusaha sebisa mungkin menjauhkan diri dari perilaku-perilaku yang dapat membuat nama baik usaha rusak yakni seperti perilaku *stockpiling* (penimbunan), penipuan dan kenaikan harga. Pada saat restriksi sosial berlangsung, otomatis seluruh kegiatan usaha menjadi sedikit tersendat. Baik dari sisi produsen maupun pedagang perantara dalam menghadapi situasi yang serba tidak menentu dapat memicu perilaku penimbunan seperti penimbunan bahan baku dapur (bawang, cabai, rempah) yang berimbas pada kenaikan harga. Untuk itu, harus disadari bahwa dimasa pandemi tidak hanya produsen yang merugi namun seluruh pihak yang berada dalam siklus rantai pasok juga mengalami hal yang sama. Maka dari itu diperlukan soliditas antar pelaku usaha dalam siklus rantai pasok agar terbentuk ketahanan ekonomi regional.

4. Ketika melakukan promosi tidak boleh menjelekkan produk lain yang sejenis baik ketika promosi langsung ataupun melakukan promosi melalui media sosial. Selain itu, sebagai pengusaha harus pintar untuk memanfaatkan momen dengan memberikan *value added* yang berbeda kepada konsumen sehingga tercipta pengalaman dalam melakukan pembelian produk misalnya ketika konsumen membeli produk *hampers* yang berisi kue kering untuk hari raya, buatlah ucapan hari raya yang menarik dalam bentuk *postcard*. Ketika ada pelanggan membeli *hampers* untuk orang sakit, buatlah kartu ucapan yang bertuliskan 'semoga lekas sembuh' supaya tercipta ikatan emosional antara konsumen dengan pengusaha yang dapat berdampak pada kepuasan konsumen.

Diskusi dan Tanya Jawab

Kegiatan diskusi dilakukan setelah sesi kegiatan penyampaian materi berakhir. Sesi pertanyaan pertama ditutup pada pukul 12.30 karena bertepatan dengan waktu shalat dhuhur. Sesi kedua kemudian dilanjutkan pada pukul 13.00 dan kemudian diakhiri pada pukul 14.00 WIB. Sesi pertanyaan dibuka satu sesi.



Gambar 2. Pemateri Bersama Pengusaha FnB di Desa Mulyoagung

Pada sesi pertama terdapat 3 penanya dengan pertanyaan sebagai berikut:

a) **Penanya 1** (Ibu Enny Sulistyowati/Ibu Siwi dari Katering Hj. Enny) pertanyaan yang diajukan adalah “bagaimana cara membangkitkan semangat dari bawahan agar kita semua tetap bekerja dan mampu bertahan untuk berproduksi dalam masa pandemi karena diketahui bahwa pandemi berdampak pada tidak adanya event pernikahan sehingga para pekerja merasa khawatir akan kelangsungan pekerjaannya.”

Jawaban : sesuai dengan materi yang disampaikan, diketahui bahwa pandemic covid19 membawa beberapa dampak antara lain *psychological dilemma*. Pada satu sisi sebagai warga negara diwajibkan untuk mentaati aturan pemerintah mengenai pembatasan mobilitas sosial, namun

disisi yang lain pekerja juga membutuhkan nafkah dengan bekerja diluar. Hal ini menciptakan dilemma tersendiri bagi pekerja, ditambah lagi dengan kebutuhan yang meningkat seiring dengan disrupsi dalam semua bidang seperti kebutuhan akan alat perlindungan diri (masker, *hand sanitizer*) kemudian kebutuhan akan akses internet seperti wifi juga akan menambah beban pekerja. Saran kami selaku tim pelaksana PkM adalah pengusaha mampu mengkomunikasikan dengan pekerja mengenai kesanggupan pekerja untuk mempertahankan usaha dengan melakukan *shifting* dari *offline* ke *online* untuk menjamin kelangsungan pekerjaan. Pengusaha wajib untuk memberikan rasa percaya diri kepada bawahan bahwa sebagai tim kerja sanggup untuk melewati pandemi dan tetap banyak memperoleh order. Pandemic telah memaksa kita untuk terus belajar dan melakukan penyesuaian, khususnya dalam bidang *food and beverages*. selain itu, diharapkan pengusaha juga mampu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan agar dapat mengetahui keinginan pelanggan ketika masa pandemic. Contoh : katering menu *buffee* dapat disesuaikan menjadi hantaran / hampers, menyesuaikan

menu nasi kotak dengan menu sehat, penambahan standar keamanan makanan seperti penambahan bungkus pada nasi, sayur, buah dan alat makan.

Penanya 2 (Ibu Niluh Putu dari Bli Badre Kitchen) pertanyaannya adalah “sebagai pengusaha, sebaiknya bagaimana cara yang etis ketika kita menemui adanya penimbunan bahan pokok yang dapat menimbulkan kelangkaan, karena saya mengetahui bahwa sebenarnya bahan pokok yang kami butuhkan tersebut ada namun sedang ditimbun.”

Jawaban: menurut hemat kami selaku tim pelaksana kegiatan PkM, jika bahan pokok tersebut masih bisa ditemukan pada *supplier* lain maka bisa mencari *supplier* lain. Namun apabila bahan pokok tersebut hanya disediakan oleh *supplier* yang bersangkutan, maka dapat ditanyakan apakah harga dari bahan pokok tersebut bisa kurang karena sudah berlangganan. Jelaskan pula bahwa pandemic membawa kesulitan bagi seluruh lini usaha maka dari itu dimohon ada sedikit kelonggaran. Jika memang *supplier* yang bersangkutan masih bersikukuh untuk tetap pada pendiriannya ada baiknya anda sebagai pengusaha dapat melaporkan temuan tersebut kepada Disperindag setempat

supaya dapat solusi yang mampu melegakan kedua belah pihak.

Penanya 3 (Ibu Endang Suprihatiningsih dari Toko Kue Obby), pertanyaannya adalah “bagaimana cara yang etis untuk memberitahukan kepada bawahan bahwa mereka akan diberhentikan dari pekerjaannya, karena saya cukup terdampak dengan adanya pandemik sehingga saya mau tidak mau harus mengurangi jumlah karyawan untuk efisiensi”

Jawaban: kami selaku tim pelaksana PkM turut merasakan kesulitan ibu untuk mempertahankan usaha dikala pandemi. Namun jika masih memungkinkan untuk dipekerjakan alangkah baiknya tetap dipekerjakan karena saat ini untuk mencari pekerjaan juga susah. Namun jika keputusan tersebut terpaksa untuk diambil, alangkah baiknya ibu sebagai pengusaha memberikan sedikit waktu untuk berbincang bincang mengenai kondisi usaha ibu. Jelaskan secara baik-baik dan ibu sebagai pengusaha juga selayaknya memenuhi hak pekerja ketika diberhentikan. Namun secara etis, jangan sampai ibu memutus silaturahmi dengan mereka karena tenaga mereka masih dapat diberdayagunakan jika suatu saat toko anda mendapat order yang cukup banyak (status pekerja

dirubah menjadi pegawai harian lepas), selain perusahaan juga tidak terbebani dengan status pekerja tetap, anda sebagai pengusaha juga terbantu karena beban kerja menjadi lebih ringan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan kegiatan PKM yang telah dilaksanakan selama kurang lebih 6 bulan ini, didapat kesimpulan bahwa sasaran khalayak yakni warga Desa Mulyoagung telah memahami dan berkomitmen untuk mampu melaksanakan bisnis sesuai dengan kaidah etika bisnis yang berlaku dalam masa pandemi covid-19. Masa pandemi bukanlah menjadi penghalang bagi ibu-ibu pengusaha untuk tetap menjaga kepercayaan, menjaga pelayanan prima dan tetap menjaga diri dari perbuatan-perbuatan yang dapat merugikan pihak lain. Kegiatan PkM tahun 2021 ini dapat dilaksanakan dengan baik dan mendapatkan antusiasme yang tinggi dari peserta. Antusiasme ini dibuktikan dengan kelengkapan peserta sejumlah 20 orang yang menyimak pembahasan dengan seksama dan aktif dari awal hingga akhir kegiatan. Kami sebagai tim pelaksana PKM menyimpulkan bahwa seluruh peserta telah memahami materi etika bisnis yang telah disampaikan dan

menyatakan sanggup untuk menerapkan secara teguh dan konsisten dalam usaha khususnya ketika pandemi covid19.

Saran

Selaku tim pelaksana kegiatan PKM Jurusan Administrasi Niaga tahun 2021 dapat memberikan saran kepada khalayak sasaran yang bergerak dalam usaha *food and beverages* antara lain sebagai berikut:

- a) Agar khalayak sasaran dengan penuh kesadaran dan pemahaman yang mumpuni untuk tetap melaksanakan kegiatan usahanya dengan tetap memperhatikan kaidah etika bisnis yang baik meskipun dalam kondisi pandemi covid19. Hal tersebut dapat dicerminkan dengan mencontoh perilaku bisnis sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW yakni jujur, amanah, dan tidak melakukan kecurangan / penimbunan.
- b) Khalayak sasaran senantiasa terus melakukan *upgrade* khususnya dalam bidang layanan *food and beverages* mulai dari *shifting* dari *offline* ke *online*, melakukan modifikasi terhadap penyajian makanan, hingga peningkatan kualitas layanan makanan yang sesuai dengan standar protokol kesehatan yang berlaku.

Ucapan Terima Kasih

Kami selaku Pelaksana Kegiatan PKM Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Malang mengucapkan terima kasih kepada Perangkat Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang yang telah memfasilitasi kami dalam pelaksanaan kegiatan ini. Kemudian ucapan terima kasih juga kami ucapkan kepada seluruh khalayak sasaran pengusaha makanan dan minuman di Desa Mulyoagung yang telah mengikuti kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Info Singkat DPR RI*, 19–24.
https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf
- Fonseca, C., Jorge, C., Reis, D., & do Carmo, M. (2021). Pandemic tourism: the new era of catering sector after Covid-19. In *Anatolia* (Vol. 32, Issue 1, pp. 161–164).
<https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1851092>
- Hall, M. C., Prayag, G., Fieger, P., & Dyason, D. (2021). Beyond panic buying: consumption displacement and COVID-19. *Journal of Service Management*, 32(1), 113–128.
<https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2020-0151>
- Izzaty. (2020). Kebijakan Pemerintah Dalam Mengatasi Panic Buying Akibat Covid-19. *Info Singkat Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*, XII(5), 19–30.
http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XII-5-II-P3DI-Maret-2020-221.pdf
- Mulyaningsih, M., & Hermina, T. (2017). *Etika Bisnis* (N. Kania (ed.); 1st Editio). CV KIMFA MANDIRI.
- Pasha, H. C., Pasha, M. C., & Albar, M. A. (2020). Ethical Dilemmas in the era of Covid 19. *Avicenna Journal of Medicine*, 10(1), 102–105.
https://doi.org/10.413/ajm.ajm_119_20
- Prihatminingsih, B. (2019). *Etika Bisnis : Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders* (C. Gunawan (ed.)). CV IRDH.
- Yahya, A. B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 91–100.
https://doi.org/ISSN_2527-6344