

Yohanes Mario
Montenegro¹
Rahayu Tri Utami^{2*}
Fiky Murani³
Sindy Hesel⁴

Jurnal Riset Ilmu Ekonomi
Volume 1 Nomor 2, Oktober 2025

Berbisnis Tanpa Melanggar Adat: Etika Komunikasi dan Simulasi Negosiasi bagi UMKM Baduy Luar

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di komunitas Baduy Luar melalui pelatihan etika komunikasi dan simulasi negosiasi berbasis adat. Permasalahan utama yang dihadapi adalah kesenjangan antara pola komunikasi bisnis modern dengan tata nilai budaya masyarakat Baduy Luar yang menjunjung kesederhanaan, kejujuran, dan musyawarah. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif-kontekstual dengan teknik observasi, wawancara kualitatif, dan simulasi negosiasi berbasis skrip "Menenun Kerja Sama". Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan berbasis budaya lokal meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam bernegosiasi dengan pihak eksternal tanpa menyalahi nilai adat. Peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menyampaikan kepentingan bisnis secara sopan, transparan, dan beretika. Selain itu, kegiatan ini memperkuat hubungan sosial antara masyarakat adat dan mitra luar, serta mendorong model komunikasi bisnis yang berkelanjutan dan berkeadilan. Penelitian ini menegaskan bahwa bisnis berbasis adat bukan hanya menjaga nilai budaya, tetapi juga menjadi landasan etis bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di komunitas lokal.

Kata kunci: Etika komunikasi, negosiasi bisnis, kearifan lokal, UMKM Baduy Luar, budaya adat

Abstract

This study aims to strengthen the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Outer Baduy community through training in communication ethics and culture-based negotiation simulation. The main problem addressed is the gap between modern business communication patterns and the cultural values of the Outer Baduy people, who emphasize simplicity, honesty, and collective deliberation. The study employs a participatory-contextual approach using observation, qualitative interviews, and a script-based negotiation simulation titled "Weaving Cooperation." The results indicate that culture-based training significantly improves the participants' negotiation skills with external partners while maintaining adherence to customary values. Participants demonstrated higher confidence in expressing business interests respectfully, transparently, and ethically. Furthermore, the program strengthened social relationships between the community and external partners, fostering a sustainable and equitable model of business communication. This study concludes that culture-based business practices not only preserve local wisdom but also provide an ethical foundation for sustainable economic development in indigenous communities.

Keywords: Communication ethics, business negotiation, local wisdom, Outer Baduy MSMEs, customary culture

^{1,3,4} Universitas Ichsan Satya, (Progam Studi Perpajakan, Fakultas Ilmu Ekonomi)

² Universitas Ichsan Satya (Progam Studi Manajemen Ritel, Fakultas Ilmu Ekonomi)

*Ayyu.sam@gmail.com



PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan keberagaman budaya, bahasa, dan adat istiadat. Salah satu komunitas yang masih memegang teguh nilai-nilai tradisionalnya adalah masyarakat Baduy, yang terbagi menjadi dua kelompok, yaitu Baduy Dalam dan Baduy Luar. Kelompok Baduy Luar relatif lebih terbuka terhadap dunia luar, namun tetap menjaga prinsip-prinsip adat yang menjadi pedoman hidup mereka, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan sosial.

Konsep *berbisnis tanpa melanggar adat* berakar pada pemikiran bahwa praktik ekonomi modern dapat berjalan harmonis jika didasarkan pada nilai-nilai budaya dan kearifan lokal masyarakat. Wahyudi (2023) menjelaskan bahwa pelaku usaha dari komunitas adat mampu mencapai keberlanjutan bisnis melalui integrasi antara inovasi global dan nilai-nilai budaya lokal (*local wisdom*). Dalam konteks masyarakat adat, kearifan lokal berfungsi sebagai pedoman etis dalam pengambilan keputusan ekonomi dan menjadi fondasi moral yang menjaga keseimbangan antara keuntungan material dan keharmonisan sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Mardatillah (2020) yang menyatakan bahwa budaya dan adat istiadat dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi pelaku usaha. Melalui pelestarian nilai-nilai tradisional, identitas budaya suatu produk justru meningkat dan memperkuat daya saingnya di pasar.

Dalam ranah komunikasi bisnis, Putranto dan Sukowati (2024) menekankan bahwa kemampuan memahami konteks sosial dan simbolik dari budaya mitra bisnis menjadi kunci keberhasilan dalam negosiasi lintas budaya. Kesalahan dalam memahami nilai dan norma masyarakat adat dapat menimbulkan kesalahpahaman dan mengganggu hubungan bisnis. Oleh karena itu, komunikasi yang beretika, santun, dan kontekstual sangat dibutuhkan dalam interaksi antara pelaku bisnis modern dan komunitas adat. Sementara itu, Sugianingrat, Wibawa, dan Pramudianti (2024) menambahkan bahwa budaya lokal berperan sebagai faktor moderasi yang memperkuat hubungan sosial, membangun kepercayaan, dan meningkatkan keberlanjutan UMKM. Semakin kuat pelaku bisnis menginternalisasi nilai budaya seperti kejujuran, gotong royong, dan kesetaraan, semakin besar peluang mereka untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah dinamika ekonomi modern.

Lebih jauh, Rahardjo dan Hasan (2025) melalui konsep *The Indonesian Way* menjelaskan bahwa praktik bisnis di Indonesia, termasuk dalam masyarakat adat, menekankan pendekatan relasional dan emosional (*relationship-oriented*) daripada sekadar hasil finansial. Negosiasi yang berhasil tidak diukur dari kesepakatan harga, tetapi dari terciptanya keharmonisan dan rasa saling percaya antara para pihak. Prinsip ini mencerminkan inti dari *berbisnis tanpa melanggar adat*—yakni menjalankan aktivitas ekonomi tanpa menanggalkan nilai moral, spiritual, dan sosial budaya yang menjadi



identitas komunitas. Dengan demikian, seluruh pandangan para ahli di atas memperkuat gagasan bahwa pengembangan bisnis berbasis kearifan lokal bukan hanya etis, tetapi juga strategis untuk mencapai keberlanjutan ekonomi dan pelestarian budaya secara bersamaan.

Dalam perkembangan modernisasi dan globalisasi, masyarakat Baduy Luar mulai beradaptasi terhadap berbagai perubahan, terutama dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagian besar pelaku usaha bergerak dalam bidang kerajinan tangan, pertanian organik, serta produk budaya yang bernilai ekonomi tinggi. Namun, di tengah meningkatnya permintaan pasar dan tekanan persaingan ekonomi, pelaku UMKM Baduy Luar menghadapi tantangan besar untuk tetap berbisnis tanpa melanggar nilai-nilai adat yang menjadi identitas mereka.

Tantangan tersebut tidak hanya terletak pada aspek teknis seperti produksi atau pemasaran, tetapi juga dalam hal komunikasi bisnis dan negosiasi dengan pihak luar, seperti pembeli, mitra usaha, atau pemerintah. Pola komunikasi masyarakat Baduy yang lembut, sederhana, dan penuh kesantunan sering kali tidak selaras dengan gaya komunikasi bisnis modern yang lebih langsung dan kompetitif. Perbedaan gaya ini kerap menimbulkan kesalahpahaman dan dapat menghambat kerja sama ekonomi yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan edukatif dan partisipatif untuk membekali pelaku UMKM Baduy Luar dengan pemahaman mengenai etika komunikasi dan keterampilan negosiasi yang efektif, namun tetap selaras dengan adat istiadat mereka. Melalui kegiatan simulasi negosiasi dan pelatihan etika komunikasi, pelaku usaha didorong untuk mampu mengekspresikan kepentingan bisnis secara sopan dan terbuka tanpa mengabaikan nilai budaya.

Kegiatan ini juga memiliki dimensi sosial dan budaya yang penting. Pelibatan tokoh adat dalam setiap tahap pelaksanaan menjadi kunci untuk menjaga kepercayaan dan memastikan bahwa proses pendampingan tidak dianggap sebagai bentuk pemaksaan modernisasi, melainkan sebagai kolaborasi yang saling menghormati. Pendekatan ini membuka ruang dialog dua arah antara masyarakat adat dan akademisi dalam membangun model pemberdayaan berbasis kearifan lokal. Algooth Putranto (2024) menjelaskan bahwa komunikasi lintas budaya dalam bisnis menuntut pemahaman mendalam terhadap nilai, simbol, dan konteks sosial dari komunitas mitra. Dalam masyarakat adat, negosiasi tidak hanya soal kesepakatan ekonomi, tetapi juga penghormatan terhadap tata krama dan hierarki sosial. Ketika pelaku bisnis modern gagal memahami konteks budaya tersebut, hubungan bisnis rentan mengalami ketegangan. (Putranto et al., 2024)

Selain relevan dengan konteks lokal, kegiatan ini juga mendukung agenda nasional dan global, khususnya dalam kerangka Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), poin 8



tentang *Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi* serta poin 11 tentang *Kota dan Komunitas yang Berkelanjutan*. Melalui pelatihan ini, penguatan kapasitas UMKM berbasis budaya diharapkan dapat meningkatkan daya saing masyarakat adat tanpa mengorbankan nilai-nilai tradisional.

Secara akademik, kegiatan ini memberikan ruang pembelajaran praktis bagi dosen dan mahasiswa untuk mengaplikasikan teori komunikasi, etika bisnis, dan negosiasi dalam konteks nyata. Pengalaman interaksi langsung dengan masyarakat Baduy Luar menumbuhkan pemahaman baru tentang pentingnya sensitivitas budaya dalam praktik bisnis modern. Pada akhirnya, kegiatan bertema "*Berbisnis Tanpa Melanggar Adat*" ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan yang menggabungkan nilai-nilai budaya dan strategi ekonomi berkelanjutan. Melalui pendekatan etika komunikasi dan negosiasi berbasis adat, masyarakat Baduy Luar diharapkan mampu memperkuat kemandirian ekonomi, menjaga kehormatan budaya, serta menjadi inspirasi bagi komunitas adat lainnya di Indonesia.

1) Identifikasi Permasalahan

Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM Baduy Luar bukan hanya berkaitan dengan keterbatasan akses terhadap pasar dan teknologi, tetapi juga pada aspek komunikasi bisnis dan negosiasi lintas budaya. Pola komunikasi masyarakat Baduy yang bersifat halus, sederhana, dan tidak konfrontatif sering kali tidak sejalan dengan gaya komunikasi pelaku bisnis modern yang cenderung langsung dan berorientasi pada efisiensi. Perbedaan ini sering menimbulkan kesalahpahaman, ketegangan, bahkan kegagalan dalam menjalin kerja sama ekonomi. Selain itu, minimnya pelatihan formal dan kurangnya pemahaman terhadap strategi komunikasi adaptif membuat pelaku UMKM Baduy Luar sulit memposisikan diri secara profesional tanpa menyalahi nilai-nilai budaya yang dijunjung tinggi.

2) Wawasan Teoritis dan Strategi Penyelesaian Masalah

Secara teoritis, penelitian ini berlandaskan pada teori komunikasi antarbudaya (*intercultural communication theory*) yang menekankan pentingnya kesadaran terhadap perbedaan nilai, simbol, dan konteks dalam berinteraksi antara kelompok sosial yang berbeda. Dalam konteks masyarakat adat, teori ini relevan untuk memahami bagaimana nilai-nilai budaya seperti kesopanan, kejujuran, dan musyawarah memengaruhi gaya komunikasi bisnis. Selain itu, teori negosiasi kolaboratif (*collaborative negotiation*) digunakan untuk menekankan bahwa keberhasilan negosiasi tidak semata-mata diukur dari keuntungan ekonomi, tetapi dari kemampuan membangun hubungan jangka panjang yang saling menghormati.

Nuriman dkk. (2022) menegaskan bahwa kearifan lokal menjadi panduan etika komunikasi dalam hubungan sosial dan ekonomi di pedesaan Indonesia. Pemimpin informal (tokoh adat) menggunakan komunikasi yang berlandaskan nilai kesopanan, musyawarah, dan gotong royong untuk menjaga keharmonisan

komunitas (Nuriman et al., 2022). Prinsip ini memperlihatkan bahwa komunikasi berbasis adat bukan hanya alat penyampaian pesan, tetapi juga instrumen moral yang menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan kelompok. Irjayanti (2024) menjelaskan bahwa dalam konteks bisnis masyarakat adat, kearifan lokal menjadi sistem etika yang mengatur perilaku wirausaha. Pelaku UMKM yang berlandaskan adat menempatkan hubungan sosial, kepercayaan, dan rasa hormat di atas keuntungan ekonomi. Ia menegaskan bahwa praktik bisnis seperti ini merupakan bentuk *ethical entrepreneurship* yang mempertemukan spiritualitas, tanggung jawab sosial, dan orientasi ekonomi secara harmonis (Irjayanti & Lord, 2024).

Strategi penyelesaian masalah yang digunakan dalam kegiatan ini adalah melalui pelatihan dan simulasi negosiasi berbasis adat, yang disusun dengan pendekatan partisipatif dan kontekstual. Metode ini menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran, bukan sekadar penerima pengetahuan. Simulasi “*Menenun Kerja Sama*” menjadi instrumen utama untuk memperkenalkan etika komunikasi bisnis dalam kerangka budaya Baduy, sekaligus membekali pelaku UMKM dengan kemampuan bernegosiasi secara sopan, transparan, dan adaptif terhadap mitra eksternal.

3) Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengidentifikasi bentuk dan prinsip etika komunikasi bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai budaya masyarakat Baduy Luar.
- b. Menganalisis pola negosiasi yang dapat diterapkan pelaku UMKM agar tetap menjaga integritas adat sambil berinteraksi dengan mitra luar komunitas.
- c. Mengembangkan model simulasi dan pelatihan komunikasi bisnis berbasis kearifan lokal yang dapat direplikasi di komunitas adat lainnya.
- d. Mendorong penguatan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis modern secara etis dan berkelanjutan.

4) Tinjauan Literatur

Beberapa penelitian sebelumnya menyoroti pentingnya etika komunikasi dalam konteks bisnis berbasis budaya. Menurut Medika Oga Laksana & Nurhaliza (2023), Kualitas Komunikasi dan Etika Interpersonal – pentingnya kejujuran, penghormatan, dan kepercayaan dalam interaksi antarindividu (Laksana & Nurhaliza, 2023). Menurut Michael Hoyt dkk (2022), Etika Komunikasi dalam Organisasi/Kerja – bagaimana komunikasi antar-pegawai dan dalam organisasi memiliki dimensi etis: kebebasan bicara, tanggung jawab bicara, relasi kerja (Harden Fritz, 2022).



Namun, hingga saat ini belum banyak penelitian yang mengintegrasikan konsep etika komunikasi, negosiasi bisnis, dan pelestarian adat secara simultan dalam konteks masyarakat Baduy Luar. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam pengembangan model komunikasi bisnis yang menghormati nilai budaya lokal, sekaligus mendukung agenda nasional dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat adat yang berkelanjutan.

5) Harapan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis. Dari sisi teoritis, penelitian ini memperkaya kajian tentang komunikasi lintas budaya dan negosiasi berbasis kearifan lokal di Indonesia. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi lembaga pendidikan, pemerintah daerah, maupun lembaga pemberdayaan masyarakat dalam menyusun program pelatihan bisnis yang sensitif terhadap nilai adat. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya poin 8 tentang *Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi* serta poin 11 tentang *Kota dan Komunitas yang Berkelanjutan*.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa “berbisnis tanpa melanggar adat” bukan hanya sebuah slogan moral, melainkan strategi komunikasi dan negosiasi yang menjembatani modernitas dengan nilai-nilai tradisional. Dengan pendekatan partisipatif dan berbasis budaya, diharapkan masyarakat Baduy Luar dapat terus berkembang secara ekonomi tanpa kehilangan jati diri, serta menjadi contoh nyata bagi model pemberdayaan masyarakat adat di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain partisipatif-kontekstual, yang berorientasi pada keterlibatan aktif peneliti bersama masyarakat sasaran untuk menggali, memahami, dan memperkuat praktik komunikasi bisnis berbasis nilai budaya lokal. Desain ini dipilih karena sesuai dengan karakter masyarakat Baduy Luar yang menjunjung tinggi norma adat, musyawarah, serta prinsip kesetaraan dalam proses interaksi sosial. Fokus utama penelitian diarahkan pada proses pendidikan dan simulasi negosiasi sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat yang tetap menghormati tatanan budaya.

Populasi penelitian meliputi seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di komunitas Baduy Luar yang bergerak dalam bidang produksi tenun, hasil bumi, serta kerajinan tangan tradisional. Dari populasi tersebut, sampel penelitian diambil secara purposif (*purposive sampling*) berdasarkan keterlibatan aktif dan ketersediaan untuk mengikuti kegiatan pelatihan serta simulasi. Sampel utama terdiri atas tiga kelompok, yaitu: (1) pelaku UMKM lokal sebagai peserta utama; (2) pendamping lokal yang berperan sebagai



mediator komunikasi antarbudaya; serta (3) dosen dan mahasiswa dari Universitas Ichsan Satya yang berfungsi sebagai fasilitator dan pengamat selama kegiatan berlangsung.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik triangulasi, meliputi observasi langsung, wawancara kualitatif, dan dokumentasi audiovisual. Observasi dilakukan untuk mencatat pola komunikasi dan interaksi sosial selama proses simulasi negosiasi, sedangkan wawancara mendalam dilakukan terhadap tokoh adat, pendamping lokal, serta pelaku UMKM guna menggali pemahaman mereka mengenai etika komunikasi dan proses pengambilan keputusan berbasis adat. Dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan digunakan untuk memperkuat data deskriptif dan mendukung validitas hasil analisis.

Instrumen penelitian dikembangkan dalam bentuk skrip simulasi naratif berjudul “Menenun Kerja Sama”, yang dirancang berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara pendahuluan. Skrip ini berfungsi sebagai alat pedagogis sekaligus instrumen eksploratif untuk mengamati dinamika komunikasi lintas budaya antara pelaku usaha modern dan masyarakat adat. Dalam simulasi ini, tiga tokoh utama terlibat, yakni: Raka (pelaku UMKM dari luar komunitas), Pak Jana (tokoh adat masyarakat Baduy Luar), dan Dina (pendamping lokal yang menjembatani komunikasi). Skenario tersebut dikembangkan secara kolaboratif antara tim pengabdian dan masyarakat setempat untuk memastikan keautentikan nilai budaya yang direpresentasikan.

Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat dan rekan (2024) mengungkapkan bahwa budaya lokal berperan sebagai faktor moderasi dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM. Semakin kuat pelaku bisnis menginternalisasi nilai adat—seperti kejujuran, gotong royong, dan kesetaraan—semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen dan stabilitas usaha. Dengan demikian, praktik bisnis yang menghormati adat bukan sekadar etika, tetapi strategi pembangunan ekonomi berkelanjutan. (Sugianingrat et al., 2024)

Lokasi penelitian berada di komunitas Baduy Luar, Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten, yang merupakan wilayah dengan karakter sosial-budaya khas dan sistem adat yang masih terpelihara kuat. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, mencakup tahap persiapan, pelaksanaan simulasi, dan evaluasi hasil kegiatan. Tahap persiapan meliputi pengurusan izin adat, pemetaan sosial, serta penyusunan naskah simulasi. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan simulasi, diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*), dan refleksi budaya, sedangkan tahap evaluasi dilakukan dengan pengumpulan umpan balik dari masyarakat peserta dan pendamping lokal.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, dimulai dari proses reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan. Data dari observasi dan wawancara dikategorikan berdasarkan tema utama, yaitu etika komunikasi, pola negosiasi, dan respons



budaya terhadap praktik bisnis modern. Hasil analisis kemudian dibandingkan dengan teori komunikasi antarbudaya dan teori negosiasi kolaboratif untuk menemukan kesesuaian antara praktik empiris dan kerangka konseptual.

Keabsahan data diperiksa melalui teknik validasi sumber dan triangulasi metode. Validasi sumber dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil interpretasi peneliti kepada tokoh adat dan peserta kegiatan, sedangkan triangulasi metode dicapai dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, keterlibatan langsung peneliti dalam kegiatan pelatihan dan simulasi berfungsi sebagai instrumen kehadiran yang memungkinkan pemahaman kontekstual dan reflektif terhadap situasi lapangan.

Melalui metode partisipatif ini, penelitian tidak hanya menghasilkan data empiris mengenai etika komunikasi dan negosiasi bisnis berbasis adat, tetapi juga memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM Baduy Luar. Pendekatan ini memastikan bahwa proses pemberdayaan berjalan secara etis, inklusif, dan selaras dengan prinsip kearifan lokal yang menjadi fondasi utama kehidupan masyarakat adat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahapan Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat bertema “*Berbisnis Tanpa Melanggar Adat: Etika Komunikasi dan Simulasi Negosiasi bagi UMKM Baduy Luar*” dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis yang dirancang agar sesuai dengan nilai budaya masyarakat adat. Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif dan kontekstual dengan menekankan penghormatan terhadap norma sosial, adat istiadat, serta pola komunikasi khas masyarakat Baduy Luar. Rahardjo dan Hasan (2025) menjelaskan konsep *The Indonesian Way* sebagai pendekatan negosiasi yang mengedepankan konteks sosial, kesabaran, dan hubungan emosional (relationship orientation). (Gray et al., 2025). Dalam budaya Indonesia, termasuk masyarakat adat, proses bisnis dianggap berhasil jika menghasilkan keharmonisan jangka panjang, bukan sekadar keuntungan ekonomi jangka pendek. Prinsip ini sejalan dengan nilai “berbisnis tanpa melanggar adat” karena menekankan keseimbangan antara hasil ekonomi dan nilai moral.

2. Pemetaan Sosial dan Identifikasi Mitra

Tahap pertama kegiatan diawali dengan pemetaan sosial untuk mengenali karakteristik masyarakat serta menentukan mitra strategis di komunitas Baduy Luar. Fokus utama tahap ini adalah kelompok pengrajin tenun dan pelaku UMKM yang aktif dalam kegiatan ekonomi berbasis budaya. Proses ini dilakukan melalui observasi etnografis ringan, wawancara pendahuluan, dan dialog dengan tokoh adat, dengan tujuan untuk:



- a. Menghimpun informasi mengenai nilai-nilai adat yang berkaitan dengan aktivitas perdagangan.
- b. Mengenali model komunikasi khas masyarakat Baduy Luar yang cenderung halus, tidak langsung, dan penuh kesantunan.
- c. Memetakan peran perempuan, pemuda, dan tokoh adat dalam kegiatan ekonomi komunitas.

Tahap ini menghasilkan pemahaman awal bahwa pelaku UMKM Baduy Luar memiliki potensi besar untuk berkembang, tetapi memerlukan pendampingan agar dapat menyeimbangkan antara nilai adat dan kebutuhan pasar modern.

3. Penyusunan Naskah Simulasi Berdasarkan Wawancara
Hasil dari pemetaan sosial menjadi dasar penyusunan skrip simulasi negosiasi "Menenun Kerja Sama". Naskah ini disusun dengan metode narasi berbasis wawancara, di mana dialog dan situasi negosiasi disesuaikan dengan pengalaman nyata masyarakat. Alur simulasi mencakup lima tahap utama:
 - a. Pengenalan dan pembangunan kepercayaan (*trust building*);
 - b. Penyampaian maksud dan nilai bisnis;
 - c. Pembahasan sistem transaksi dan pembagian keuntungan;
 - d. Pengambilan keputusan secara kolektif berdasarkan adat;
 - e. Kesepakatan awal dan komitmen jangka panjang.

Skrip ini diperankan secara langsung oleh peserta yang terdiri atas mahasiswa, dosen, dan warga Baduy, dengan pendamping lokal sebagai fasilitator. Setelah simulasi, dilakukan sesi refleksi nilai untuk mengidentifikasi prinsip etika dan komunikasi adat yang muncul dari percakapan tersebut.

4. Pelaksanaan Simulasi dan Diskusi Kelompok
Tahap pelaksanaan menggunakan format peran ganda (*role-play*) yang melibatkan tiga tokoh simbolik:
 - a. Raka (pelaku UMKM luar komunitas), diperankan oleh mahasiswa atau dosen;
 - b. Pak Jana (tokoh adat Baduy Luar), diperankan oleh warga lokal;
 - c. Dina (pendamping budaya), diperankan oleh fasilitator.

Simulasi ini menampilkan situasi negosiasi antara pihak luar dan masyarakat adat yang menekankan pentingnya kesantunan, kejujuran, dan musyawarah. Setelah setiap sesi, dilakukan diskusi kelompok terarah (FGD) untuk meninjau:

- a. Kesalahan umum dalam komunikasi lintas budaya;
- b. Strategi negosiasi berbasis penghormatan adat;
- c. Gaya komunikasi verbal dan nonverbal khas masyarakat Baduy.



Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM Baduy Luar mulai memahami pentingnya keseimbangan antara tujuan bisnis dan nilai budaya, serta mulai mampu menyesuaikan cara berbicara, memberi tanggapan, dan menyampaikan keputusan tanpa menimbulkan kesalahpahaman.

5. Refleksi Etika Komunikasi dan Penyusunan Panduan

Hasil simulasi dan FGD kemudian digunakan untuk menyusun modul pelatihan singkat tentang etika komunikasi bisnis berbasis budaya lokal. Modul ini berisi:

- a. Prinsip komunikasi antarbudaya dan penghormatan adat;
- b. Studi kasus dari naskah "*Menenun Kerja Sama*";
- c. Tips praktis bagi pelaku UMKM saat berinteraksi dengan pihak luar.

Modul ini tidak hanya berfungsi sebagai bahan pelatihan lanjutan, tetapi juga sebagai panduan etika komunikasi bisnis adat yang dapat digunakan di komunitas adat lain. Pendekatan ini memperkuat konsep bahwa keberhasilan bisnis tidak semata diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari keharmonisan sosial yang dihasilkan.

6. Evaluasi dan Umpan Balik Komunitas

Tahap terakhir adalah evaluasi partisipatif melalui forum warga dan dialog informal yang difasilitasi oleh pendamping lokal. Evaluasi berfokus pada tiga aspek utama:

- a. Relevansi isi simulasi terhadap pengalaman nyata masyarakat;
- b. Tingkat kenyamanan peserta dalam bernegosiasi menggunakan pendekatan berbasis adat;
- c. Kesiapan masyarakat untuk mengembangkan bentuk kerja sama bisnis serupa di masa mendatang.

Umpan balik masyarakat menunjukkan bahwa kegiatan ini dinilai positif dan memberikan pengalaman baru yang memperkaya pemahaman mereka terhadap dunia usaha tanpa mengabaikan nilai adat. Tokoh adat juga menilai kegiatan ini sebagai bentuk kolaborasi yang saling menghormati, bukan intervensi budaya.

7. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Selama kegiatan berlangsung, tim menggunakan berbagai alat bantu dokumentasi untuk mendukung validitas data, yaitu:

- a. Catatan lapangan (*field notes*) yang mencatat ekspresi, reaksi, dan interaksi selama simulasi;
- b. Dokumentasi video dan audio sebagai bahan pelatihan lanjutan;
- c. Kuesioner ringan pasca kegiatan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap materi komunikasi dan negosiasi.



Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan mengelompokkan temuan ke dalam kategori nilai adat, strategi komunikasi, dan perubahan perilaku. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan keterampilan komunikasi antarbudaya pada peserta.

8. Etika Penelitian dan Pelibatan Adat

Kegiatan ini dilakukan dengan menjunjung tinggi etika penelitian masyarakat adat, dengan prinsip:

- a. Izin adat, di mana setiap kegiatan diawali dengan permohonan izin kepada tokoh adat;
- b. Non-intervensi budaya, yakni tidak mengubah cara berpakaian, berbicara, atau bertransaksi masyarakat;
- c. Perlindungan narasi, di mana seluruh dialog yang digunakan dalam simulasi telah disetujui oleh narasumber dan tokoh adat terkait.

Pendekatan etis ini memastikan bahwa kegiatan pengabdian tidak menimbulkan resistensi, melainkan diterima sebagai bagian dari proses belajar bersama antara akademisi dan masyarakat adat. Pemahaman terhadap karakteristik budaya menjadi landasan utama pelaksanaan kegiatan. Masyarakat Baduy Luar dikenal dengan nilai-nilai:

- a. Menjunjung adat dan norma sosial, meskipun lebih terbuka terhadap dunia luar;
- b. Kesederhanaan dan kejujuran, dengan gaya hidup yang tidak konsumtif;
- c. Komunikasi yang sopan dan tidak konfrontatif, di mana keheningan dan kesabaran menjadi bagian dari etika berbicara;
- d. Nilai kolektif dan musyawarah, di mana keputusan diambil secara bersama-sama melalui konsultasi dengan tokoh adat.

Selain itu, Baduy Luar lebih fleksibel dibandingkan Baduy Dalam, terutama dalam hal interaksi sosial dan penggunaan teknologi. Mereka mengenakan pakaian berwarna gelap (hitam atau biru dongker), menggunakan bahasa Sunda dialek Banten, dan sebagian telah menggunakan alat komunikasi modern seperti telepon genggam. Walaupun demikian, mereka tetap menjaga ajaran Sunda Wiwitan sebagai pedoman spiritual yang mengatur kehidupan sehari-hari.

Pemahaman terhadap nilai-nilai inilah yang menjadi kunci keberhasilan pelaksanaan simulasi dan pelatihan, karena seluruh materi dan pendekatan disesuaikan dengan konteks budaya dan norma sosial yang berlaku.



Interpretasi Hasil

Dari keseluruhan tahapan, dapat disimpulkan bahwa pendekatan edukatif dan partisipatif yang menghormati adat istiadat terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan komunikasi dan negosiasi pelaku UMKM Baduy Luar. Simulasi *"Menenun Kerja Sama"* menjadi media pembelajaran yang berhasil mempertemukan dua dunia — modernitas bisnis dan tradisi adat — tanpa menimbulkan benturan nilai.

Kegiatan ini juga menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi lintas budaya tidak bergantung pada seberapa canggih teknik berbicara, melainkan pada sensitivitas budaya dan kejujuran moral dalam berinteraksi. Pendekatan ini berpotensi direplikasi di komunitas adat lain di Indonesia untuk memperkuat ekonomi lokal berbasis kearifan budaya.

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang mengusung tema *"Berbisnis Tanpa Melanggar Adat: Etika Komunikasi dan Simulasi Negosiasi bagi UMKM Baduy Luar"* menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan kontekstual mampu membangun jembatan antara nilai budaya adat dengan praktik bisnis modern. Melalui kegiatan observasi, wawancara, dan simulasi negosiasi berbasis budaya, pelaku UMKM Baduy Luar memperoleh pemahaman baru tentang cara berkomunikasi dan bernegosiasi tanpa melanggar norma adat yang mereka junjung tinggi.

Pelatihan yang difokuskan pada simulasi *"Menenun Kerja Sama"* berhasil memperlihatkan perubahan perilaku komunikasi peserta. Mereka mulai menunjukkan peningkatan dalam hal kepercayaan diri, kemampuan berbicara secara sopan namun tegas, serta keberanian menyampaikan nilai dan harga produk tanpa merasa merendahkan diri. Nilai-nilai adat seperti kejujuran, kesederhanaan, dan musyawarah tetap dipertahankan sebagai landasan utama dalam berinteraksi dengan mitra bisnis luar.

1. Hasil Penerapan Simulasi Negosiasi

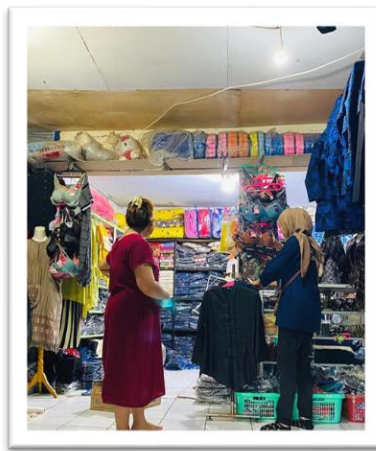
Simulasi yang dirancang menyerupai situasi nyata—antara pelaku UMKM luar daerah dan pengrajin Baduy Luar—memberikan pengalaman langsung kepada peserta untuk memahami konteks komunikasi lintas budaya. Tokoh *Raka* (pelaku UMKM luar), *Pak Jana* (tokoh adat Baduy), dan *Dina* (pendamping lokal) menggambarkan dinamika nyata dalam negosiasi bisnis berbasis adat.

Dari hasil observasi, ditemukan bahwa keberhasilan negosiasi sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama:

- a. Pembangunan kepercayaan (*trust building*) sebagai fondasi kerja sama. Sebelum membahas transaksi, diperlukan waktu untuk mengenal dan membangun hubungan sosial terlebih dahulu.

- b. Bahasa komunikasi yang santun dan tidak konfrontatif. Peserta menyadari bahwa nada bicara dan pilihan kata yang terlalu tegas atau langsung dapat dianggap kurang sopan dalam konteks budaya Baduy.
- c. Kesepakatan berbasis musyawarah. Proses pengambilan keputusan tidak dilakukan secara sepihak, tetapi melalui konsultasi dengan tokoh adat dan perwakilan komunitas.

Gambar 1 : Komunikasi membangun kepercayaan



Pelaku UMKM Baduy Luar mampu memahami perbedaan gaya komunikasi bisnis modern yang cenderung efisien dengan cara komunikasi adat yang lebih berorientasi pada keharmonisan sosial. Hasilnya, terjadi peningkatan pemahaman bahwa keberhasilan negosiasi bukan ditentukan oleh kecepatan mencapai kesepakatan, tetapi oleh kualitas hubungan dan rasa saling percaya yang dibangun selama proses berlangsung.

2. Peningkatan Pemahaman Etika Komunikasi

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta masih mengandalkan intuisi dan tradisi lisan dalam berkomunikasi dengan pihak luar. Artikel “Communication Ethics” (SpringerLink), Etika Kebebasan Bicara dan Tanggung Jawab Bicara – keseimbangan antara hak menyampaikan pendapat dan tanggung jawab atas apa yang dikomunikasikan (Kvalnes, 2023). Setelah mengikuti kegiatan simulasi, mereka dapat mengidentifikasi aspek-aspek etika komunikasi bisnis yang sesuai dengan adat Baduy, antara lain:

- a. Menjaga kesopanan dalam berbicara dan menghindari nada instruktif;
- b. Tidak menggunakan bahasa yang menggurui atau memerintah;
- c. Menghormati waktu dan kebiasaan lokal, termasuk tidak memaksa keputusan cepat;
- d. Menunjukkan empati dan rasa hormat terhadap nilai-nilai spiritual komunitas.



Sesi refleksi kelompok juga memperlihatkan peningkatan kesadaran peserta tentang pentingnya menyampaikan maksud bisnis secara transparan, jujur, dan saling menguntungkan. Pendekatan komunikasi yang berakar pada kearifan lokal terbukti lebih efektif dibandingkan strategi negosiasi berbasis target ekonomi semata.

Gambar 2 : Pemahaman Etika Komunikasi



3. Pembahasan Nilai-Nilai Adat dalam Bisnis

Hasil penelitian lapangan memperkuat teori bahwa keberhasilan komunikasi lintas budaya tidak hanya bergantung pada keterampilan verbal, tetapi juga pada sensitivitas terhadap nilai sosial dan spiritual masyarakat. Nilai-nilai utama masyarakat Baduy Luar seperti *leuwih hade tilem batan nyarita teu kaharti* (“lebih baik diam daripada berkata tidak dimengerti”) menjadi dasar etika dalam bernegosiasi. Prinsip ini mendorong pelaku UMKM untuk berhati-hati dalam memilih kata dan menghormati keheningan sebagai bagian dari proses berpikir dan bermusyawarah.

Selain itu, konsep *musyawarah mufakat* dan *kejujuran kolektif* menjadi elemen penting yang membedakan pola komunikasi Baduy Luar dari masyarakat urban. Dalam konteks ini, hasil kegiatan menunjukkan bahwa adaptasi terhadap nilai-nilai adat justru memperkuat efektivitas negosiasi karena menumbuhkan rasa saling percaya antara pihak luar dan masyarakat lokal. Fabien Medvecky & Joan Leach (2017), Etika Komunikasi Berbasis Kearifan Lokal / Kontes Budaya – menghormati nilai, adat, dan norma dalam komunikasi antarbudaya atau komunitas adat tanpa mengabaikan tujuan komunikasi bisnis (Medvecky & Leach, 2017).

Gambar 3 : Komunikasi dengan suku baduy luar





4. Dampak Sosial dan Ekonomi

Dampak kegiatan tidak hanya terlihat pada perubahan perilaku komunikasi, tetapi juga pada peningkatan potensi ekonomi lokal. Setelah kegiatan simulasi, beberapa pelaku UMKM mulai merencanakan strategi pemasaran yang tetap menghormati adat, misalnya dengan memasarkan produk tanpa menampilkan wajah pengrajin atau foto rumah adat tanpa izin. Pendekatan ini mendapat apresiasi dari tokoh masyarakat, karena dianggap menjaga kehormatan komunitas sekaligus membuka peluang kerja sama yang etis.

Selain itu, kegiatan ini memperkuat posisi pendamping lokal sebagai mediator budaya. Pendamping yang memahami kedua sisi—adat dan dunia bisnis modern—menjadi tokoh penting dalam menjembatani komunikasi dan menghindari kesalahpahaman. Hubungan yang harmonis antara pendamping, pengrajin, dan pelaku usaha luar menghasilkan pola kerja sama yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan dapat dirangkum sebagai berikut:

- a. Simulasi negosiasi berbasis adat efektif dalam memperkuat etika komunikasi pelaku UMKM.
- b. Nilai-nilai budaya lokal seperti kesopanan, kejujuran, dan musyawarah terbukti menjadi kekuatan etis dalam hubungan bisnis.
- c. Pelaku UMKM menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menjalin komunikasi lintas budaya.
- d. Pendamping lokal berperan penting sebagai mediator budaya dan fasilitator pembelajaran.
- e. Kegiatan ini menghasilkan model komunikasi bisnis berbasis adat yang dapat direplikasi di komunitas lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada berbagai pihak yang telah berperan aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Masyarakat dan tokoh adat Baduy Luar, yang telah memberikan izin, dukungan, serta partisipasi aktif dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan, simulasi, hingga evaluasi.
2. Pendamping lokal Desa Kanekes, yang berperan penting sebagai jembatan komunikasi antara tim akademik dan komunitas adat, sehingga kegiatan dapat berjalan lancar dan saling menghormati.



3. Universitas Ichsan Satya, khususnya Fakultas Ilmu Ekonomi, yang telah memberikan dukungan akademik dan administratif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
4. Mahasiswa peserta kegiatan, yang telah berpartisipasi dalam simulasi dan refleksi budaya dengan semangat kolaboratif serta sikap menghormati nilai-nilai adat.
5. Pemerintah Kabupaten Lebak dan Dinas Koperasi & UMKM, yang turut mendukung kegiatan ini sebagai bagian dari program pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis kearifan lokal.

Semoga kegiatan ini menjadi langkah kecil namun bermakna dalam membangun jembatan antara dunia akademik dan masyarakat adat, serta menjadi inspirasi bagi pengembangan model pemberdayaan masyarakat berbasis etika dan budaya di seluruh Indonesia.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema *"Berbisnis Tanpa Melanggar Adat: Etika Komunikasi dan Simulasi Negosiasi bagi UMKM Baduy Luar"* menunjukkan bahwa penguatan etika komunikasi dan kemampuan negosiasi berbasis budaya lokal merupakan langkah strategis dalam membangun daya saing ekonomi masyarakat adat tanpa mengikis nilai-nilai tradisional.

Melalui pendekatan partisipatif, kontekstual, dan berbasis adat, kegiatan ini berhasil menciptakan ruang pembelajaran yang inklusif bagi pelaku UMKM Baduy Luar untuk memahami prinsip komunikasi lintas budaya. Simulasi *"Menenun Kerja Sama"* menjadi media efektif untuk memperkenalkan praktik negosiasi yang beretika, santun, dan berorientasi pada keharmonisan sosial, bukan sekadar keuntungan ekonomi.

Hasil kegiatan memperlihatkan beberapa capaian penting:

1. Peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya menjaga sopan santun, kejujuran, dan musyawarah dalam setiap interaksi bisnis.
2. Terbangunnya pemahaman baru mengenai perbedaan pola komunikasi antara masyarakat adat dan pelaku bisnis modern, serta cara menyesuaikan diri tanpa melanggar adat.
3. Terciptanya modul panduan singkat mengenai etika komunikasi bisnis berbasis kearifan lokal yang dapat digunakan untuk pelatihan lanjutan.
4. Terjalinnnya hubungan kolaboratif antara akademisi, pendamping lokal, dan masyarakat adat sebagai model kemitraan yang saling menghormati.

Kegiatan ini juga menegaskan bahwa nilai adat bukan penghalang bagi kemajuan ekonomi, melainkan fondasi moral yang dapat memperkuat karakter, kepercayaan, dan keberlanjutan bisnis. Dengan mengedepankan pendekatan yang menghormati budaya



lokal, UMKM Baduy Luar mampu menyesuaikan diri terhadap dinamika ekonomi modern tanpa kehilangan identitas budaya mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Gray, N., Poljsak-Rosinski, P., & Guttormsen, D. S. A. (2025). New insights into the 'Indonesian way' of managing international business negotiations. *SN Business and Economics*, 5(10), 1–26. <https://doi.org/10.1007/s43546-025-00924-6>
- Harden Fritz, J. M. (2022). Work/Life Relationships and Communication Ethics: An Exploratory Examination. *Behavioral Sciences*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/bs12040104>
- Irjayanti, M., & Lord, L. (2024). Operating a business with local wisdom: a grounded research of women in the creative industry. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2392047>
- Kvalnes, Ø. (2023). Communication Climate at Work: Fostering Friendly Friction in Organisations. In *Communication Climate at Work: Fostering Friendly Friction in Organisations*. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-28971-2>
- Laksana, M. O., & Nurhaliza, N. (2023). The Impact of Communication Ethics on The Communication Quality in Interpersonal Relationships. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 3(5), 989–995. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v3i5.815>
- Medvecký, F., & Leach, J. (2017). The ethics of science communication. *Journal of Science Communication*, 16(4), 1–5. <https://doi.org/10.22323/2.16040501>
- Nuriman, H., Kurniasih, N., Fauzi, R., Kusnadi, A. E., & Cecep, C. (2022). Proceedings of the Conference on Digital Humanities 2022 (CODH 2022). In *Proceedings of the Conference on Digital Humanities 2022 (CODH 2022)* (Issue 2017). Atlantis Press SARL. <https://doi.org/10.2991/978-2-494069-69-5>
- Putranto, A., Febrian, W. D., Sanjaya, F., Haryati, H., Santosa, S., & Pratama, I. W. A. (2024). Tantangan Komunikasi dalam Negosiasi Bisnis Lintas Budaya. *Journal of Education Research*, 5(2), 1920–1924. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.1037>
- Sugianingrat, I. A. P. W., Astrama, I. M., Wati, N. W. A. E., & Hartati, P. S. (2024). Improving Business Performance and Sustainability of SMEs Through Moderating Role of Local Culture. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 11(2), 162–171. <https://doi.org/10.22225/jj.11.2.2024.162-171>