



ANALISIS ETIKA BISNIS DAN KEPASTIAN HUKUM DALAM PENYUSUNAN KONTRAK KEMITRAAN ANTARA UMKM KULINER DENGAN PLATFORM DIGITAL DI KOTA SEMARANG

ANALYSIS OF BUSINESS ETHICS AND LEGAL CERTAINTY IN THE PREPARATION OF PARTNERSHIP CONTRACTS BETWEEN CULINARY MSMES AND DIGITAL PLATFORMS IN SEMARANG CITY

**Na'imah Putri Rahayu¹, Putri Athena Maharani Tanu², Stevani Anekhe Dwinita Karo³,
Rayi Kharimasa Rajib⁴**

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Email: naimahputri04@students.unnes.ac.id¹, putriathena31@student.unnes.ac.id²,

stevanikaro@student.unnes.ac.id³, rayirajib@mail.unnes.ac.id⁴

Article Info

Article history :

Received : 24-11-2025

Revised : 26-11-2025

Accepted : 28-11-2025

Published : 30-11-2025

Abstract

The rapid growth of Indonesia's digital economy has significantly transformed business relations, especially in the culinary sector, which increasingly relies on online delivery platforms. In Semarang City, many culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs) have partnered with digital platforms to expand their market reach and enhance competitiveness. However, behind these opportunities lies a set of ethical and legal challenges arising from the unequal bargaining position between MSMEs and digital platforms. The case of a small home-based restaurant owner in Semarang illustrates how contractual clauses on high commissions, mandatory paid promotions, and unilateral termination without a clear objection mechanism have led to business disadvantages for MSMEs. This study aims to analyze the implementation of business ethics and legal certainty in partnership contracts between culinary MSMEs and digital platforms in Semarang City. Using a normative juridical approach, it focuses on the principles of fairness, transparency, and responsibility in contract drafting, as well as the effectiveness of legal instruments in protecting weaker parties. The findings reveal that digital partnership contracts are still largely dominated by platform interests and have not fully reflected ethical business values, while existing legal frameworks remain inadequate to ensure legal certainty for MSMEs.

Keywords: *business ethics, legal certainty, partnership contract.*

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong perubahan signifikan dalam pola hubungan bisnis, termasuk pada sektor kuliner yang semakin bergantung pada platform digital layanan pesan-antar. Di Kota Semarang, banyak pelaku UMKM kuliner menjalin kemitraan dengan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Namun, di balik peluang tersebut muncul persoalan etika dan hukum akibat ketimpangan posisi tawar antara pihak UMKM dan platform. Kasus pemilik warung makan rumahan di Semarang menunjukkan bagaimana klausul kontrak yang menetapkan potongan komisi tinggi, kewajiban promosi berbayar, serta pemutusan sepihak tanpa mekanisme keberatan menimbulkan kerugian bagi pihak UMKM. Kajian ini berupaya menganalisis penerapan etika bisnis dan kepastian hukum dalam penyusunan kontrak kemitraan antara UMKM kuliner dan platform digital di Kota Semarang. Dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif, pembahasan difokuskan pada prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam kontrak, serta efektivitas instrumen hukum yang ada dalam memberikan perlindungan terhadap pihak yang lemah. Hasil analisis menunjukkan bahwa praktik kontrak kemitraan digital masih didominasi oleh kepentingan platform dan belum sepenuhnya



mencerminkan nilai-nilai etika bisnis, sementara instrumen hukum yang ada belum cukup menjamin kepastian hukum bagi UMKM.

Kata Kunci: etika bisnis, kepastian hukum, kontrak kemitraan

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mengubah secara mendasar cara pelaku usaha menjalankan kegiatan bisnisnya. Transformasi ini tidak hanya dirasakan oleh perusahaan besar, tetapi juga oleh sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60%, dengan serapan tenaga kerja sekitar 97% dari total angkatan kerja nasional. Namun, di tengah potensi besar tersebut, muncul tantangan baru dalam bentuk ketergantungan terhadap platform digital, terutama dalam sektor kuliner yang kini sangat bergantung pada aplikasi pesan-antar makanan seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood.

Di Kota Semarang, fenomena ini tampak nyata. Banyak pelaku usaha kuliner skala kecil seperti warung makan rumahan menggandeng platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Meskipun pada awalnya kemitraan ini diharapkan menjadi solusi pemasaran modern yang efektif, praktik di lapangan menunjukkan adanya ketimpangan relasi kontraktual antara pihak UMKM dan platform digital. Dalam satu kasus, seorang pemilik usaha kecil di Semarang diwajibkan menandatangani kontrak kemitraan yang memuat ketentuan potongan komisi sebesar 25–30% dari setiap transaksi, kewajiban mengikuti promosi berbayar untuk dapat tampil di halaman teratas aplikasi, serta pemberian kewenangan keputusan kerja sama secara sepihak oleh pihak platform tanpa adanya mekanisme keberatan yang jelas. Akibatnya, pemilik usaha merasa dirugikan karena keuntungan yang diperoleh sangat kecil sementara beban biaya dan risiko usaha meningkat. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa kontrak kemitraan yang seharusnya didasarkan pada prinsip saling menguntungkan dan keadilan kontraktual, justru memperlihatkan ketimpangan posisi tawar antara pelaku usaha kecil dan korporasi digital besar. Dalam konteks ini, permasalahan tidak hanya menyangkut aspek bisnis, tetapi juga aspek moral dan hukum. Secara etika bisnis, praktik seperti itu menunjukkan lemahnya penerapan prinsip kejujuran, tanggung jawab sosial, serta keadilan dalam hubungan kemitraan. Etika bisnis merupakan fondasi moral yang menuntut setiap pelaku usaha bertindak secara adil, transparan, dan tidak merugikan pihak lain. (Munawaroh, 2023). Namun, dalam realitas ekonomi digital, pelaku UMKM seringkali tidak memiliki pemahaman maupun kapasitas untuk menilai apakah klausul kontrak yang mereka tanda tangani sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika tersebut (Sutrisno, 2022).

Selain persoalan etika, terdapat pula dimensi kepastian hukum yang menjadi isu penting. Hukum kontrak Indonesia sebenarnya telah memberikan dasar perlindungan melalui Pasal 1320 dan 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang menegaskan asas kebebasan berkontrak. Namun, dalam praktik bisnis digital, kebebasan tersebut sering dimaknai secara sempit dan tidak berimbang. Pihak platform, dengan posisi ekonomi yang dominan, menyusun perjanjian baku (*standard form contract*) yang bersifat *take it or leave it*, sehingga UMKM tidak memiliki ruang untuk menegosiasikan isi perjanjian (H.Nuryadin, 2022). Hal ini bertentangan dengan prinsip perlindungan terhadap pihak yang lemah sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan



Konsumen. Di sisi lain, kerangka hukum nasional dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital masih relatif tertinggal dibandingkan dengan dinamika praktik di lapangan. Meskipun Pemerintah telah mengeluarkan beberapa regulasi terkait perdagangan elektronik seperti Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), peraturan tersebut belum secara rinci mengatur bentuk dan tanggung jawab kemitraan antara platform digital dan UMKM (18, 2019). Akibatnya, muncul kekosongan hukum (legal gap) dalam perlindungan bagi pihak yang lebih lemah. Erna Wahyuni mencatat bahwa dalam banyak kontrak digital, mekanisme penyelesaian sengketa maupun perlindungan hukum terhadap UMKM masih belum diatur secara memadai, sehingga risiko ketidakpastian hukum menjadi tinggi (Wahyuni, 2023).

Dari uraian di atas, jelas bahwa terdapat dua aspek penting yang perlu dikaji lebih dalam, yaitu (1) penerapan etika bisnis dalam penyusunan kontrak kemitraan antara UMKM kuliner dan platform digital di Kota Semarang serta faktor yang menyebabkan lemahnya posisi tawar UMKM, dan (2) sejauh mana instrumen hukum yang ada dapat memberikan kepastian hukum bagi UMKM di tengah dominasi kekuatan ekonomi platform digital. Analisis terhadap kedua aspek ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan konsep kemitraan digital yang lebih etis, adil, dan berpihak pada kepentingan UMKM.

Dengan demikian, penelitian berjudul *“Analisis Etika Bisnis dan Kepastian Hukum dalam Penyusunan Kontrak Kemitraan Antara UMKM Kuliner dengan Platform Digital di Kota Semarang”* ini menjadi relevan sebagai upaya untuk memahami relasi kekuasaan ekonomi dalam bisnis digital, sekaligus mencari solusi normatif terhadap ketimpangan yang terjadi. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman akademis, tetapi juga rekomendasi konkret bagi pembuat kebijakan dan pelaku industri untuk membangun sistem kemitraan yang menjamin keadilan, transparansi, dan kepastian hukum bagi seluruh pihak yang terlibat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif-empiris, yaitu pendekatan yang menitikberatkan kajian pada norma-norma hukum yang berlaku serta prinsip-prinsip etika bisnis yang relevan dalam penyusunan kontrak kemitraan antara UMKM kuliner dan platform digital dan juga wawancara terhadap UMKM yang bersangkutan. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dikaji berhubungan dengan aspek normatif hukum positif dan nilai-nilai moral yang melandasi hubungan bisnis antara dua subjek hukum dengan kedudukan yang tidak seimbang. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yakni menggambarkan secara sistematis fakta-fakta hukum yang terjadi di lapangan (dalam konteks hubungan kontraktual antara UMKM dan platform digital di Kota Semarang), kemudian menganalisisnya berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku dan prinsip etika bisnis. Analisis dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai kesesuaian antara praktik kontrak kemitraan digital dengan asas-asas keadilan, keseimbangan, dan kepastian hukum.



PEMBAHASAN

Penerapan Etika Bisnis Dalam Kontrak Kemitraan Antara UMKM Kuliner Dan Platform Digital

1. Penerapan Prinsip Etika Bisnis dalam Kemitraan Digital antara UMKM dan Platform

Dalam era digital yang semakin berkembang, kemitraan antara pelaku UMKM kuliner dan platform digital menjadi bentuk kerja sama bisnis yang dinamis sekaligus penuh tantangan, karena meskipun kolaborasi ini membuka peluang besar untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi distribusi, dan memperkuat daya saing melalui teknologi, terdapat persoalan mendasar terkait penerapan etika bisnis dalam penyusunan kontrak kemitraan digital. Permasalahan utama terletak pada inkonsistensi penerapan prinsip etika bisnis keadilan, transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial dalam hubungan kemitraan, terutama ketika posisi tawar UMKM lemah akibat ketimpangan informasi, rendahnya literasi hukum, dan dominasi platform dalam menetapkan klausula kontrak. Kondisi ini sering menimbulkan ketidakseimbangan hak dan kewajiban yang merugikan UMKM saat terjadi perubahan kebijakan atau sengketa. Dalam konteks tersebut, prinsip etika menjadi fondasi moral dan pedoman praktis agar kemitraan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mencerminkan interaksi yang adil dan berkelanjutan.

Prinsip keadilan menuntut perlakuan setara, harga wajar, layanan nondiskriminatif, serta keterbukaan data produk agar manfaat dapat dinikmati secara seimbang. Kejujuran diperlukan untuk membangun kepercayaan melalui penyampaian informasi yang objektif dan tidak menyesatkan, baik kepada konsumen maupun mitra usaha. Selain itu, tanggung jawab mengharuskan pelaku usaha memenuhi kewajiban, memberikan ganti rugi jika terjadi kerugian, serta memastikan proses bisnis tidak merugikan pihak lain, sementara prinsip transparansi menuntut kejelasan syarat layanan, mekanisme transaksi, perlindungan data, serta rincian harga dan fitur produk. Dengan demikian, analisis atas faktor yang melemahkan posisi tawar UMKM dan penerapan prinsip etika bisnis dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai tantangan dan solusi untuk menciptakan ekosistem kemitraan digital yang lebih adil, etis, dan berkelanjutan (Surajiyo, 2023).

Penerapan prinsip etika bisnis dalam kontrak digital menjadi aspek fundamental dalam menjaga keadilan dan keseimbangan antara para pihak, khususnya antara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan platform digital. Dalam konteks bisnis elektronik, etika bisnis menuntut pelaku usaha untuk menjunjung asas kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi daring. Prinsip ini mencakup penyusunan klausula kerja sama yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan kesetaraan hak dan kewajiban antara UMKM sebagai penyedia produk/jasa dengan platform sebagai penyelenggara layanan digital. Etika bisnis yang diterapkan dalam e-commerce, seperti keramahan layanan, kejujuran dalam deskripsi produk, serta kepatuhan terhadap kesepakatan kontraktual, terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat hubungan bisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan etika bisnis dalam kontrak digital bukan hanya persoalan moralitas, melainkan juga strategi untuk membangun kredibilitas dan loyalitas dalam ekosistem digital (Setiawan, Setiadi, & Afrizaldi).



Dalam praktik kontraktual antara UMKM dan platform digital, penerapan etika bisnis tercermin melalui penyusunan klausula yang mengedepankan keadilan dan tanggung jawab sosial. Penelitian Maulia Nurfadillah (2024) menunjukkan bahwa kontrak digital idealnya memuat ketentuan yang jelas mengenai pembagian keuntungan, perlindungan data, serta tanggung jawab para pihak dalam menjaga kepentingan pengguna. Ketentuan ini sejalan dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang menyatakan bahwa kontrak elektronik memiliki kekuatan hukum yang setara dengan kontrak konvensional selama memenuhi asas itikad baik dan kesepakatan para pihak. Dalam perspektif etika bisnis, pembagian keuntungan harus berlandaskan asas proporsionalitas untuk mencegah ketimpangan ekonomi antara UMKM dan platform. Selain itu, keberadaan klausula tanggung jawab sosial seperti mekanisme pengembalian barang, penggantian produk cacat, dan pemberian kompensasi atas kerugian konsumen merupakan wujud konkret etika bisnis yang menempatkan keadilan serta perlindungan konsumen sebagai prioritas (Nurfadillah, 2024).

Penerapan etika bisnis dalam kontrak digital memiliki keterkaitan erat dengan tanggung jawab sosial korporasi (CSR) dan keberlanjutan ekosistem bisnis digital. Etika bisnis menuntut platform untuk tidak hanya mengejar efisiensi dan profit, tetapi juga memperhitungkan dampak sosial terhadap UMKM dan masyarakat. Hal ini tercermin dalam transparansi algoritma, kebijakan komisi yang wajar, serta perlindungan data pribadi. Dengan demikian, kontrak digital yang etis harus menyeimbangkan kepentingan ekonomi dan sosial melalui prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab, sehingga kontrak berfungsi tidak hanya sebagai instrumen hukum, tetapi juga sebagai mekanisme pemberdayaan ekonomi yang berorientasi pada nilai kemanusiaan dan keberlanjutan. Namun, pada era digital dan Society 5.0, penerapan etika bisnis menghadapi hambatan besar akibat ketimpangan posisi tawar antara UMKM dan platform digital. Keterbatasan UMKM dalam sumber daya, literasi hukum, dan penguasaan teknologi menempatkan mereka dalam posisi negosiasi yang lemah, sementara dominasi platform dalam menentukan klausula dan kebijakan sistem sering kali menghambat implementasi etika bisnis secara nyata. Dalam kondisi tersebut, prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial kerap hanya tampak secara formal tanpa penerapan substantif. Situasi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi berpotensi memperlebar kesenjangan etis jika tidak diimbangi dengan regulasi dan pengawasan yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang berpihak pada pelaku usaha kecil agar etika bisnis dapat diimplementasikan secara adil, transparan, dan berkelanjutan dalam praktik kemitraan digital (Safira, Surengana, & Purwanto, 2024).

Selain ketimpangan posisi tawar, penerapan etika bisnis di era digital juga terhambat oleh rendahnya transparansi operasional platform. Banyak platform belum membuka secara jelas mekanisme algoritma, kebijakan harga, maupun skema pembagian pendapatan, sehingga menimbulkan ketidakpercayaan dan persepsi ketidaksetaraan di kalangan UMKM. Kondisi ini diperburuk oleh minimnya kesadaran etis di kalangan pelaku bisnis, yang cenderung berorientasi pada keuntungan jangka pendek dibanding komitmen terhadap nilai moral dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis menuntut keseimbangan antara efisiensi teknologi dan kewajiban moral perusahaan untuk menjamin keadilan, keterbukaan, dan kesejahteraan bersama.

Tantangan etika bisnis dalam konteks kontemporer juga berkaitan dengan meningkatnya kompleksitas moral seiring percepatan perkembangan sosial dan teknologi. Pelaku usaha



dituntut menyeimbangkan kepentingan ekonomi dengan nilai kemanusiaan serta keberlanjutan lingkungan. Dilema etis kerap muncul ketika perusahaan harus mengambil keputusan cepat di bawah tekanan persaingan pasar, sehingga prinsip keadilan, tanggung jawab, dan integritas menjadi pijakan utama dalam menjaga praktik bisnis tetap etis. Pemahaman yang kuat terhadap prinsip etika bisnis menjadi penting untuk membantu organisasi menghadapi konflik kepentingan dan membangun budaya yang berpijak pada moralitas universal. Jika diterapkan secara konsisten, etika bisnis dapat menjadi fondasi keberlanjutan usaha tanpa mengorbankan integritas maupun nilai-nilai kemanusiaan. (Setiawan, Setiadi, & Afrizaldi).

2. Ketimpangan dan Lemahnya Posisi Tawar UMKM dalam Kontrak Kemitraan Digital

Kontrak kemitraan digital antara UMKM dan platform marketplace umumnya berbentuk klausula baku yang disusun sepihak sehingga tidak memberi ruang negosiasi bagi pelaku UMKM. Model kontrak adhesi ini menempatkan platform pada posisi dominan untuk menetapkan komisi, biaya layanan, penalti, serta melakukan perubahan kebijakan tanpa mekanisme keberatan yang memadai. Banyak marketplace besar juga memberlakukan ketentuan yang memberatkan, seperti komisi tinggi, biaya tersembunyi, dan perubahan algoritma yang langsung memengaruhi penjualan dan keberlangsungan usaha. Ketimpangan ini muncul karena UMKM tidak memiliki alternatif selain menerima seluruh syarat yang ditetapkan agar tetap dapat beroperasi, sehingga prinsip kebebasan berkontrak menjadi bersifat formalitas dan menunjukkan dominasi penuh platform dalam struktur perjanjian serta kebijakan operasional (Purcahyono, 2025).

Lemahnya posisi tawar UMKM dalam ekosistem digital terutama dipicu oleh ketergantungan tinggi pada mekanisme teknologi yang dikuasai sepenuhnya oleh platform. Berdasarkan studi (Maryadi, 2025), UMKM bergantung pada algoritma yang tidak transparan, sistem rating yang bersifat represif, serta distribusi nilai ekonomi yang timpang. Ketergantungan ini menjadikan UMKM rentan karena visibilitas produk, arus konsumen, bahkan reputasi usaha dikendalikan oleh logika algoritma yang tidak dapat mereka akses atau negosiasikan. Di sisi lain, keterbatasan akses terhadap data membuat UMKM tidak memahami pola konsumsi, tren pasar, atau perilaku pelanggan berdasarkan data yang mereka hasilkan sendiri, sehingga melemahkan kemampuan mereka membuat keputusan strategis. Asimetri informasi ini menjadikan UMKM subjek pasif dalam sistem digital yang sarat dominasi platform, di mana setiap perubahan kebijakan, algoritma, atau sistem promosi dapat berdampak langsung pada penurunan penjualan dan profitabilitas mereka.

Lemahnya posisi tawar UMKM dalam ekosistem digital tidak hanya disebabkan oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh struktur kontrak kemitraan yang disusun sepihak oleh platform. Purcahyono (2025) mencatat bahwa kontrak digital berbentuk klausula baku yang tidak memberi ruang negosiasi bagi UMKM terkait komisi, biaya layanan, penalti, maupun perubahan kebijakan. Rendahnya literasi hukum membuat banyak UMKM menerima ketentuan tersebut tanpa memahami risiko hukum dan finansialnya. Ketergantungan pada platform sebagai sumber utama pelanggan semakin mengurangi kemampuan mereka menolak syarat yang merugikan.

Ketimpangan ini diperkuat oleh asimetri informasi, karena perusahaan besar menguasai teknologi, data, algoritma, dan pemahaman hukum, sehingga UMKM sulit menilai dampak kontrak. Dominasi struktural tersebut membuat UMKM tidak mampu menolak klausul berat



seperti eksonerasi, penalti sepihak, atau ketentuan pembayaran yang tidak adil. Lemahnya pengawasan dan regulasi yang bersifat normatif turut memperburuk keadaan, sehingga kontrak yang seharusnya melindungi UMKM justru menjadi alat legitimasi kekuasaan ekonomi platform, menempatkan UMKM dalam posisi subordinat dalam kemitraan digital (Wibowo & Budimah, 2025).

Ketimpangan dalam kemitraan UMKM dengan platform e-commerce menjadi ancaman serius bagi keberlanjutan usaha karena tingginya ketergantungan pada satu ekosistem digital. Artikel Antara menunjukkan bahwa perubahan algoritma dapat secara drastis menurunkan visibilitas produk, terutama ketika UMKM tidak mampu menyesuaikan diri dengan kenaikan komisi, beban ongkir, atau kebijakan baru lainnya, sehingga margin keuntungan yang sudah kecil semakin tertekan. Risiko lain meliputi suspensi akun tanpa kejelasan, terbatasnya ruang negosiasi, serta hilangnya kontrol UMKM atas data konsumen yang sepenuhnya dikelola platform. Dominasi algoritma dan kebijakan platform turut memperburuk keberlanjutan usaha melalui penurunan margin, risiko penalti dan pemblokiran akun, ketidakpastian operasional, serta meningkatnya biaya promosi. Jurnal *Tantangan UMKM Lokal dalam Algoritma Pasar Global* menunjukkan bahwa algoritma cenderung mengutamakan penjual besar dengan reputasi dan ulasan tinggi, sehingga UMKM sulit bersaing meskipun kualitas produk kompetitif. Adaptasi terhadap perubahan algoritma juga menuntut sumber daya tambahan, sementara dominasi platform besar seperti TikTok Shop meningkatkan tekanan melalui tuntutan konten dan biaya promosi. Keterbatasan sumber daya, akses teknologi, dan pemahaman algoritma membuat UMKM semakin rentan. Karena itu, penelitian menegaskan pentingnya penerapan prinsip etika bisnis keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam kontrak dan kebijakan platform, serta perlunya intervensi negara untuk mencegah monopoli algoritma dan memastikan perlindungan yang lebih adil bagi UMKM (Claudia Damanik, et al., 2024).

Kepastian Hukum Bagi Ukm Dalam Kemitraan Dengan Platform Digital

1. Implementasi Prinsip Kepastian Hukum dalam Kontrak Kemitraan Digital

Prinsip kepastian hukum memiliki peran sentral dalam setiap bentuk kemitraan antara pelaku usaha, termasuk antara UMKM kuliner dengan platform digital. Dalam konteks digitalisasi perdagangan, kepastian hukum diwujudkan melalui keberlakuan dan keabsahan kontrak elektronik yang mengatur hubungan antara kedua belah pihak. Berdasarkan ketentuan Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), setiap perjanjian yang dibuat secara sah memiliki kekuatan hukum mengikat layaknya undang-undang bagi para pihak (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) Artinya, selama kontrak kemitraan memenuhi unsur sahnya perjanjian yakni adanya kesepakatan, kecakapan hukum, objek tertentu, dan sebab yang halal maka kontrak tersebut memiliki legitimasi hukum yang setara dengan perjanjian konvensional. Dalam praktik kemitraan digital, kesepakatan biasanya terwujud melalui sistem elektronik seperti click agreement atau terms and conditions, yang dianggap sah sepanjang dilakukan secara sadar dan sukarela.

Kepastian hukum dalam kontrak kemitraan digital juga dijamin melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya. Undang-undang tersebut secara eksplisit mengakui kontrak elektronik sebagai alat hukum yang sah selama memenuhi unsur kesepakatan para pihak. Ketentuan Pasal 20 UU



ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik yang dilakukan melalui persetujuan elektronik memiliki kekuatan hukum yang mengikat. (Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008) Dalam kemitraan antara UMKM kuliner dan platform digital di Kota Semarang, kontrak yang dibuat melalui aplikasi daring memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak tertulis konvensional. Oleh karena itu, kedua pihak wajib mematuhi klausul yang disepakati, termasuk pembagian keuntungan, kewajiban pelayanan, dan mekanisme penyelesaian sengketa.

Namun, efektivitas prinsip kepastian hukum dalam kemitraan digital masih menghadapi kendala. Tarigan & Sawitri (2025) menunjukkan bahwa kesenjangan pemahaman hukum dan keterbatasan akses informasi membuat UMKM berada pada posisi lemah, terutama karena kontrak digital umumnya berbentuk kontrak baku yang bersifat sepihak dan minim ruang negosiasi. Kondisi ini menimbulkan potensi ketidakpastian ketika terjadi pelanggaran perjanjian. Oleh sebab itu, diperlukan kejelasan isi kontrak, pengawasan pemerintah daerah, serta edukasi hukum digital agar UMKM mampu memahami dan menegakkan haknya secara optimal.

Selain aspek formil, kepastian hukum dalam kontrak kemitraan digital juga harus diimbangi dengan penerapan asas itikad baik dan keadilan kontraktual. Pasal 3 UU ITE menegaskan bahwa setiap pihak yang menggunakan sistem elektronik wajib bertindak dengan itikad baik. (Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016) Artinya, platform digital tidak dapat memanfaatkan ketidaktahuan UMKM untuk memasukkan klausul yang merugikan, seperti pembatalan kerja sama secara sepihak atau penghapusan akun tanpa alasan yang jelas. Dengan demikian, prinsip kepastian hukum tidak hanya bermakna adanya pengakuan formal atas kontrak, tetapi juga perlindungan substantif terhadap keseimbangan hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam kerangka etika bisnis yang sehat. Melalui pendekatan ini, kontrak kemitraan digital diharapkan dapat menjadi instrumen yang menjamin keadilan, transparansi, dan keberlanjutan kerja sama antara UMKM kuliner dan platform digital di Kota Semarang. (Nadia Florensia Tarigan, 2025)

Meskipun secara normatif kontrak elektronik telah memperoleh legitimasi hukum melalui KUHPdata dan UU ITE, implementasinya dalam praktik kemitraan antara UMKM kuliner dan platform digital masih menghadapi sejumlah kendala yang berdampak langsung pada ketidakpastian hukum di tingkat pelaku usaha mikro. Salah satu persoalan utama adalah asimetri informasi dan kekosongan norma teknis mengenai tata cara penyusunan serta pelaksanaan kontrak elektronik yang berkeadilan.

Bentuk kesepakatan dalam kontrak elektronik memang sah sepanjang memenuhi unsur offer dan acceptance, namun mekanisme digital seperti click-wrap agreement sering kali tidak memberi ruang partisipasi bagi pihak pengguna. (Wardani, Safirah, & Qurrotulaini, 2024) Dalam konteks kemitraan UMKM kuliner di Kota Semarang, klausul kontrak yang ditawarkan oleh platform digital biasanya bersifat final dan tidak dapat dinegosiasikan. Akibatnya, para pelaku UMKM hanya berperan sebagai penerima kebijakan yang telah ditentukan secara sepihak oleh perusahaan platform. Hal ini bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPdata, yang secara ideal menempatkan para pihak dalam posisi yang setara.

Kepastian hukum dalam kontrak kemitraan digital tidak hanya bergantung pada keabsahan formil kontrak elektronik, tetapi juga pada efektivitas implementasi kebijakan daerah



yang melindungi pelaku UMKM. Di Kota Semarang, Peraturan Walikota Nomor 66 Tahun 2022 tentang Jejaring Kemitraan Usaha Mikro menjadi dasar hukum penting untuk memperkuat posisi UMKM dalam relasi kemitraan dengan sektor swasta termasuk platform digital. Regulasi ini menegaskan bahwa kepastian hukum tidak cukup dilihat dari keberlakuan kontrak elektronik, tetapi harus diiringi kerangka aturan daerah yang menjamin perlindungan institusional.

Perwal No. 66 Tahun 2022 berfungsi sebagai instrumen pemerintah daerah dalam memberikan pelatihan, pendampingan usaha, serta promosi digital melalui Dinas Koperasi dan UMKM. Namun, implementasinya masih menghadapi kesenjangan antara norma dan praktik. Banyak pelaku UMKM belum memahami substansi regulasi maupun hak-hak hukumnya, sehingga efektivitas perlindungan hukum belum menyentuh tingkat kesadaran sosial. Rendahnya literasi digital dan hukum menyebabkan UMKM sering menandatangani kontrak baku secara sepihak tanpa memahami konsekuensi hukum yang melekat.

Selain permasalahan literasi, hambatan struktural juga muncul dari lemahnya koordinasi antarinstansi seperti Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta Bappeda, yang menjalankan program pembinaan secara terpisah. Ketidakterpaduan ini mengakibatkan tidak meratanya akses pendampingan kemitraan digital, termasuk perlindungan hukum. Program fasilitasi digital seperti Gerai Kopi & Mi (KOPIMI) memang membuka peluang pemasaran online melalui marketplace, tetapi tetap memerlukan jaminan transparansi mekanisme kontraktual dan akuntabilitas hukum bagi UMKM.

Untuk memperkuat implementasi prinsip kepastian hukum, pemerintah daerah perlu mengembangkan model evaluasi berbasis dampak (*impact-based monitoring*) yang menilai efektivitas kemitraan digital bukan sekadar dari jumlah pelatihan atau anggaran, tetapi dari manfaat konkret berupa perlindungan hukum, kepastian transaksi, dan keberlanjutan ekonomi UMKM. Dengan pendekatan evaluatif yang komprehensif, regulasi daerah tidak hanya menjadi norma formal, tetapi juga memberikan keadilan substantif yang nyata bagi pelaku usaha mikro di Kota Semarang.

Dengan demikian, penerapan prinsip kepastian hukum dalam kontrak kemitraan digital di Kota Semarang menuntut sinkronisasi antara norma nasional (UU ITE, KUHPdata) dan kebijakan daerah (Perwal No. 66/2022). Keduanya harus berjalan seiring untuk menciptakan ekosistem hukum yang tidak hanya melindungi hak UMKM kuliner secara formal, tetapi juga menjamin keadilan dan keberlanjutan hubungan kemitraan digital yang sehat, etis, dan berbasis pada tanggung jawab bersama antara pemerintah, pelaku usaha, dan platform digital. (Yuniar, Yuwanto, Erowati, & Adnan, 2023)

2. Tantangan dan Upaya Perlindungan Hukum bagi UMKM dalam Kemitraan Digital

Pelaku UMKM menghadapi tantangan serius dalam kemitraan digital karena keterbatasan pemahaman terhadap aspek hukum dan teknis dalam perjanjian elektronik. Minimnya literasi hukum membuat banyak UMKM menerima syarat dan ketentuan platform secara pasif tanpa memahami konsekuensinya, termasuk klausul mengenai potongan biaya, penalti, serta perubahan kebijakan secara sepihak. Rendahnya kesadaran akan kekuatan hukum kontrak digital juga menyebabkan UMKM tidak memeriksa legalitas, ruang lingkup kewajiban, atau risiko yang melekat pada kontrak kemitraan. Kondisi ini menempatkan UMKM pada posisi



tawar yang lemah dibandingkan platform digital yang memiliki struktur kontrak baku dan sistem yang tidak dapat dinegosiasikan.

Selain itu, tantangan semakin kompleks akibat keterbatasan kemampuan administratif dan dokumentatif di kalangan UMKM. Banyak pelaku usaha tidak terbiasa menyimpan arsip digital seperti bukti transaksi, riwayat pesanan, atau salinan perjanjian elektronik, padahal dokumen-dokumen tersebut menjadi unsur pembuktian penting ketika terjadi sengketa. Minimnya akses pendampingan hukum dan edukasi kontraktual juga memperkuat kerentanan UMKM, di mana mereka tidak mengetahui prosedur pengaduan atau upaya perlindungan hukum yang dapat ditempuh ketika dirugikan oleh kebijakan platform. Situasi ini menunjukkan bahwa tantangan UMKM dalam kemitraan digital bersifat fundamental dan memerlukan intervensi yang sistematis, terutama melalui peningkatan literasi hukum dan pendampingan berkelanjutan. (Savira & Kurniawan, 2025)

Sebagai upaya memperdalam analisis mengenai etika bisnis dan kepastian hukum dalam penyusunan kontrak kemitraan antara UMKM kuliner dengan platform digital, penelitian ini turut menggali perspektif langsung dari pelaku usaha di wilayah Gunungpati, Kota Semarang. Wawancara dilakukan terhadap tiga narasumber dengan karakteristik berbeda, yaitu Kedai Azzahra (Eri Ernawan) yang berlokasi di Gang Cempakasari dan merupakan UMKM yang menggunakan platform onlineshop, serta Warung Bu Yayuk yang juga berada di Gang Cempakasari dan Warung Makan Makpi yang berlokasi di Gang Kedawung sebagai UMKM yang belum memanfaatkan layanan digital tersebut. Perbedaan kondisi ini memberikan gambaran komparatif mengenai tantangan, kelebihan, dan kekurangan yang dirasakan oleh pelaku usaha baik yang telah terintegrasi maupun yang masih berada di luar ekosistem digital. Melalui paparan pengalaman langsung para narasumber, penelitian ini berupaya mengungkap realitas lapangan terkait hambatan literasi hukum, ketidakpastian kebijakan platform, keterbatasan teknologi, serta persepsi pelaku UMKM terhadap kemitraan digital sebagai suatu bentuk hubungan kontraktual.

Hasil wawancara dengan pelaku UMKM di wilayah Gunungpati menunjukkan adanya perbedaan pengalaman antara pengguna dan non-pengguna platform digital. Pada Kedai Azzahra, Eri Ernawan menjelaskan bahwa penggunaan platform onlineshop memberikan banyak keuntungan, terutama dalam memperluas jangkauan pemasaran hingga menjangkau mahasiswa dan pekerja di sekitar Gunungpati. Fitur promosi otomatis seperti voucher ongkir, rekomendasi “nearby”, serta peningkatan visibilitas saat memperoleh rating tinggi dinilai sangat membantu perkembangan usahanya. Sistem pencatatan digital juga mempermudah laporan penjualan dan mempercepat proses pembayaran dibandingkan transaksi tunai. Namun, Eri juga menghadapi sejumlah tantangan, terutama perubahan kebijakan sepihak dari platform seperti kenaikan komisi, perubahan sistem promosi, serta aturan operasional yang mengikat. Ia mengaku bahwa banyak UMKM tidak sepenuhnya memahami isi kontrak elektronik karena bahasanya terlalu teknis, dan sistem penalti sering kali merugikan mitra, misalnya ketika pembatalan pesanan oleh pelanggan tetap dibebankan kepada penjual. Di samping itu, ketidakjelasan algoritma penentuan urutan toko menyebabkan penurunan penjualan secara tiba-tiba tanpa penjelasan yang dapat dipahami.



Berbeda dengan Eri, dua narasumber lain yakni Bu Yayuk dan Mak Pi memilih tidak menggunakan platform digital. Bu Yayuk menyampaikan bahwa ia merasa lebih nyaman berjualan secara langsung karena sudah memiliki pelanggan tetap dan tidak terbiasa menggunakan teknologi. Ia menilai bahwa bergabung dengan platform digital membutuhkan adaptasi dalam pengemasan, kecepatan pelayanan, serta penggunaan ponsel yang memadai, sedangkan fasilitas warungnya masih sederhana. Kekhawatiran terhadap biaya komisi dan ketidakpastian sistem platform membuatnya ragu untuk masuk ke dunia digital. Meski demikian, Bu Yayuk menyadari bahwa penggunaan platform digital berpotensi memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan, tetapi kurangnya pendampingan dan edukasi mengenai hak-hak UMKM membuatnya enggan mengambil risiko.

Sementara itu, Mak Pi menghadapi kendala yang lebih mendasar, yaitu keterbatasan perangkat dan akses internet. Ia mengungkapkan bahwa ponsel yang dimiliki tidak kompatibel dengan aplikasi penjualan digital, dan mengganti perangkat membutuhkan biaya tambahan yang tidak mampu ia penuhi. Proses administrasi digital seperti unggah menu, verifikasi usaha, hingga pengaturan pesanan dianggap rumit untuk skala usaha rumah tangga. Selain faktor teknis, Mak Pi juga merasa takut menyetujui kontrak digital yang tidak ia pahami, sehingga memilih tetap menjalankan usaha secara tradisional meskipun pasarnya terbatas. Ia menyadari bahwa tidak bergabung dengan platform membuatnya kurang kompetitif dibanding usaha kuliner lain, tetapi ia lebih mengutamakan kenyamanan dan kepastian proses bisnis yang dapat ia kendalikan tanpa risiko penalti, konflik pelanggan, atau kewajiban kontraktual yang dapat membebani UMKM kecil.

Jika melihat dari hasil wawancara tadi, upaya perlindungan hukum bagi UMKM kuliner dalam kemitraan digital merupakan aspek yang sangat penting untuk menjawab kesenjangan posisi tawar antara pelaku usaha mikro dan platform digital yang memiliki keunggulan struktural dalam hal teknologi, data, serta kapasitas pengelolaan kontrak. Dalam ekosistem digital modern, kontrak elektronik yang digunakan dalam skema kemitraan sering kali disusun sepihak oleh platform dengan model *standard form contract*. Ketidakseimbangan informasi dan keterbatasan pengetahuan hukum UMKM membuat mereka cenderung menerima seluruh syarat tanpa negosiasi, sehingga perlindungan hukum menjadi fondasi krusial untuk memastikan adanya keadilan dan kepastian dalam hubungan tersebut. (Poli, Sondakh, & Sondakh, 2025)

Perlindungan hukum perlu dimulai dari pemahaman terhadap risiko yang muncul dalam struktur kemitraan digital. Risiko tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek transaksi, tetapi juga menyangkut mekanisme pengelolaan komisi, perubahan kebijakan unilateral, penonaktifan akun mitra, hingga penggunaan data pribadi UMKM sebagai bagian dari strategi bisnis platform. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM berada pada posisi yang rentan terhadap perubahan sistem operasional yang dilakukan secara sepihak oleh platform tanpa konsultasi atau pemberitahuan yang memadai. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kerugian ekonomi yang signifikan, seperti turunnya visibilitas produk, berkurangnya pesanan, atau pembebanan biaya tambahan yang tidak transparan. Karena itu, perlindungan hukum harus dirancang tidak hanya sebagai instrumen yang bersifat reaktif, tetapi juga preventif untuk mencegah terjadinya praktik-praktik yang merugikan UMKM.



Salah satu bentuk perlindungan preventif adalah keberadaan regulasi nasional yang memberikan kerangka hukum terhadap aktivitas perdagangan elektronik dan hubungan kemitraan. UU ITE, PP No. 80 Tahun 2019 tentang PMSE, dan Permendag No. 31 Tahun 2023 telah mengatur prinsip transparansi informasi, kewajiban platform menjaga keamanan transaksi, serta pembatasan terhadap praktik anti-persaingan. Regulasi tersebut dimaksudkan untuk menciptakan ruang usaha yang setara dan mencegah dominasi platform yang berpotensi menghambat pertumbuhan UMKM. Dalam konteks Kota Semarang, instrumen hukum daerah seperti program pendampingan UMKM oleh Dinas Koperasi serta fasilitasi OSS juga berperan dalam memperkuat perlindungan preventif agar pelaku UMKM memahami secara memadai struktur kontrak digital yang mereka jalankan. (Ramadhan, 2025)

Kepastian hukum dalam kontrak kemitraan digital tidak hanya ditentukan oleh keabsahan kontrak elektronik, tetapi juga oleh efektivitas kebijakan daerah yang melindungi UMKM. Di Kota Semarang, Peraturan Walikota No. 66 Tahun 2022 tentang Jejaring Kemitraan Usaha Mikro menjadi dasar penguatan posisi UMKM dalam bekerja sama dengan sektor swasta termasuk platform digital, sehingga perlindungan hukum tidak hanya bersumber dari kontrak, tetapi juga dari kerangka aturan daerah yang menjamin dukungan institusional.

Namun, implementasi Perwal tersebut masih menghadapi kesenjangan antara norma dan realitas. Banyak pelaku UMKM belum memahami substansi regulasi dan hak-hak hukumnya, sehingga perlindungan hukum belum menyentuh kesadaran sosial. Rendahnya literasi digital dan hukum membuat UMKM rentan menandatangani kontrak baku secara sepihak tanpa memahami konsekuensi hukum, sementara hambatan struktural muncul akibat koordinasi antarinstitusi yang belum terpadu, menyebabkan akses pendampingan dan perlindungan hukum tidak merata.

Program fasilitasi digital seperti Gerai Kopi & Mi (KOPIMI) memang membuka peluang pemasaran online melalui marketplace, tetapi tetap membutuhkan jaminan transparansi kontraktual dan akuntabilitas hukum agar UMKM tidak dirugikan. Karena itu, pemerintah daerah perlu menerapkan evaluasi berbasis dampak (*impact-based monitoring*) untuk menilai manfaat nyata kemitraan digital, bukan sekadar output administratif seperti jumlah pelatihan atau realisasi anggaran.

Dengan pendekatan evaluatif yang komprehensif, regulasi daerah dapat benar-benar menjamin perlindungan hukum, kepastian transaksi, dan keberlanjutan ekonomi UMKM, sehingga prinsip kepastian hukum tidak berhenti pada tataran formal, tetapi terwujud sebagai keadilan substantif bagi pelaku usaha mikro di Kota Semarang.

KESIMPULAN

Kemitraan antara UMKM kuliner dan platform digital di Kota Semarang pada dasarnya menawarkan peluang signifikan untuk meningkatkan akses pasar, efisiensi distribusi, dan daya saing usaha. Namun, penelitian ini menemukan bahwa hubungan kontraktual yang terbentuk masih belum mencerminkan prinsip keadilan dan etika bisnis yang ideal. Kontrak kemitraan umumnya disusun dalam bentuk klausul baku yang ditetapkan sepihak oleh platform digital, sehingga menimbulkan ketimpangan posisi tawar dan keterbatasan ruang negosiasi bagi UMKM. Minimnya literasi hukum dan digital pada pelaku UMKM, asimetri informasi, serta dominasi teknologi dan data oleh platform memperburuk situasi tersebut. Instrumen hukum seperti KUHPdata, UU ITE,



PP PMSE, dan Perwal No. 66 Tahun 2022 pada dasarnya telah menyediakan dasar perlindungan hukum, namun implementasinya belum memberikan kepastian hukum substantif bagi UMKM di tingkat praktis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemitraan digital saat ini masih cenderung menguntungkan pihak platform, sementara nilai-nilai etika bisnis seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab belum sepenuhnya terwujud dalam praktik.

SARAN

Untuk menciptakan hubungan kemitraan digital yang berkeadilan dan berkelanjutan, diperlukan upaya bersama di antara semua pihak yang terlibat. Platform digital perlu menjalankan prinsip etika bisnis secara konsisten dengan memastikan keterbukaan informasi mengenai kebijakan komisi, sistem promosi, dan algoritma penayangan produk, serta menyediakan mekanisme keberatan dan penyelesaian sengketa yang aksesibel. Di sisi lain, pelaku UMKM perlu meningkatkan pemahaman mengenai aspek hukum dan risiko kontrak digital agar dapat mengambil keputusan secara sadar dan bertanggung jawab sebelum menyetujui perjanjian kerja sama. Pemerintah daerah juga harus memperkuat fungsi fasilitasi dan pengawasan melalui sosialisasi regulasi, program pendampingan hukum, serta penguatan implementasi Perwal No. 66 Tahun 2022 untuk memastikan efektivitas perlindungan hukum bagi UMKM. Selain itu, diperlukan penelitian lanjutan dan kolaborasi akademik untuk merumuskan model kontrak kemitraan yang ideal serta menyediakan rekomendasi normatif yang lebih komprehensif bagi penyusunan kebijakan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- 18, P. P. (2019). Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PSME).
- Claudia Damanik, I. P., Bangun, a. A., Septiendra Saragih, R. R., Boang Manalu, V. S., Purba, D., Anggraini, T., & Salsabila, T. (2024). tantangan UMKK Lokal dalam Algoritma Pasar Global. *10*.
- H.Nuryadin. (2022). Tantangan Kepastian Hukum dalam Kontrak Elektronik antara UMKM dan Platform Digital . *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi* , 102-103. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/JHPE/article/view/5875>
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. (n.d.). Pasal 1320 dan Pasal 1338.
- Maryadi. (2025, Agustus). Dominasi Platform dalam Ekonomi Digital: Analisis Relasi Kuasa dan Ketergantungan UMKM Pada Marketplace Shopee dan Tokopedia. *9*. From <https://jurnalhost.com/index.php/jhm/article/view/3230>
- Munawaroh, S. (2023). Etika Bisnis dalam Perpektif Islam dan Implementasinya pada UMKM. *Jurnal Akutansi dan Ekonomi Islam*, 45.
- Nadia Florensia Tarigan, D. A. (2025, Oktober). Legalitas Hukum Pembuatan Kontrak Kerja Sama di Bidang Perdagangan yang Dilakukan Secara Digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3, hal. 6-8. Dipetik November 10, 2025, dari <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/2929/2328/8407>
- Nurfadillah, M. (2024, Desember 10). Hukum kontrak di era digital: Adaptasi teknik pembuatan kontrak dalam transaksi online.
- Poli, K. J., Sondakh, J., & Sondakh, D. K. (2025). Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pasar Digital. *INNOVATIVE: Journal of Social Science*



- Research*, Vol. 5(No. 4), hlm. 5997–6009. Retrieved November 23, 2025 from <http://ejournal.hamjahdiha.org/index.php/Justitia/article/view/248>
- Purchayono, D. (2025). Perlindungan hukum bagi pelaku UMKM dalam kontrak bisnis digital. *Jurnal Ilmu Hukum dan Hak Publik*. 5. From <https://dinastirev.org/JIHP/article/view/4539/2539>
- Ramadhan, R. (2025). Perlindungan Hukum UMKM dalam Perjanjian Kerja Sama Berbasis Digital. *Jurnal Ilmu Hukum Justitia*, Vol. 3(No. 1), hlm. 65–74. Retrieved November 23, 2025 from <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/20601>
- Safira, N. N., Surenggana, M. S., & Purwanto, E. (2024). Penerapan Etika Bisnis Di Era Society 5.0 : Studi Literatur Mengenai Tantangan dan Peluang Ke Praktik Bisnis Berkelanjutan. *HUBISINTEK*, 64-66.
- Savira, K. A., & Kurniawan, A. (2025). Edukasi Hukum bagi Pelaku UMKM: Perlindungan Hukum dalam Perjanjian Bisnis. *Inclusive Society Community Services (ISCO)*, Vol. 3(No. 1), hlm. 1–12. Retrieved November 23, 2025 from <https://journal.yayasanpad.org/index.php/isco/article/view/302>
- Setiawan, R., Setiadi, M. H., & Afrizaldi, A. (n.d.). entingnya penerapan etika bisnis pada perdagangan secara elektronik di Indonesia. 3.
- Surajiyo, S. (2023, Maret 16). Teori-Teori Etika dan Prinsip Etika Bisnis,” Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Desain & Aplikasi Bisnis Teknologi. 6. From <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/745>
- Sutrisno, D. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis dalam Pengelolaan UMKM di Era Digital . *Jurnal Akutansi dan Ekonomi Manajemen*, 7. <https://researchhub.id/index.php/jaem/article/view/5968>
- Tarigan, N. F., & Sawitri, D. D. (2025). Legalitas Hukum Pembuatan Kontrak Kerja Sama di Bidang Perdagangan yang Dilakukan Secara Digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, Vol. 3(No. 10), hlm. 6-8. Retrieved November 10, 2025 from <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/2929/2328/8407>
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. (n.d.). Pasal 20.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. (n.d.). Pasal 3.
- Wahyuni, E. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap UMKM dalam Kontrak Bisnis Digital. *Jurnal Eskekusi Hukum*, 8. <https://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/Eksekusi/article/view/1850>
- Wardani, I. S., Safirah, A., & Qurrotulaini, A. S. (2024). Kontrak Elektronik dalam Mekanisme Hukum di Indonesia. *Review UNES Journal*, Vol. 6(No. 3), hlm. 8070-8071. Retrieved November 10, 2025 from <https://review-unes.com/index.php/law/article/download/1707/1381/7496>
- Wibowo, H., & Budimah. (2025). Efektivitas Klausul Kontrak pada Hubungan Bisnis antara UMKM dan Mitra Usaha di Indonesia. 18.
- Yuniar, F. Y., Yuwanto, Erowati, D., & Adnan, M. (2023). Implementasi Peraturan Walikota Nomor 66 Tahun 2022 tentang Jejaring Kemitraan Usaha Mikro di Kota Semarang. *Universitas Diponegoro*, hlm. 1-5. Retrieved November 10, 2025 from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/52541>