

## Etika dan kepatuhan hukum e-commerce UMKM: sintesis temuan global untuk konteks Indonesia

Nadya Ardy Agustin<sup>1</sup>, Muara Angelita<sup>2</sup>, Nimas Anggrahini<sup>3</sup>, Khusna Munadiyah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Akuntansi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa

Surakarta, Jawa Tengah, 57135

Email: [240416038@mhs.udb.ac.id](mailto:240416038@mhs.udb.ac.id)

### Abstrak

*Transformasi digital yang pesat telah mengintegrasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia ke dalam ekosistem e-commerce, menciptakan peluang besar untuk ekspansi pasar. Namun, pertumbuhan ini menimbulkan tantangan kompleks terkait kepatuhan hukum digital dan etika bisnis. Studi ini bertujuan melakukan Tinjauan Pustaka Sistematis (SLR), mensintesis temuan akademik global mengenai kepatuhan dan etika e-commerce UMKM yang diterbitkan antara 2021 hingga 2025. Kami mengidentifikasi fragmentasi ganda dalam literatur: pemisahan isu hukum dan etika, serta pengabaian konteks sumber daya negara berkembang. Data menunjukkan bahwa integrasi aspek hukum dan etika terbukti signifikan memengaruhi keberlanjutan usaha, sementara praktik etis yang konsisten berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan dan kinerja finansial. Artikel ini mengusulkan Kerangka Kerja Sistematis Adaptasi Hukum dan Etika Digital yang disesuaikan untuk UMKM Indonesia, menjembatani kesenjangan tata kelola formal-informal dan menawarkan panduan praktis.*

*Kata Kunci: UMKM, E-commerce, Kepatuhan Hukum, Etika.*

### Abstract

*Rapid digital transformation has integrated Indonesian Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) into the e-commerce ecosystem, creating significant opportunities for market expansion. However, this growth poses complex challenges related to digital legal compliance and business ethics. This study aims to conduct a Systematic Literature Review (SLR), synthesizing global academic findings on MSME e-commerce compliance and ethics published between 2021 and 2025. We identified a double fragmentation in the literature: the separation of legal and ethical issues, and the neglect of the resource context of developing countries. Data show that the integration of legal and ethical aspects has been shown to significantly impact business sustainability, while consistent ethical practices are directly related to customer loyalty and financial performance. This article proposes a Systematic Framework for Adapting Digital Law and Ethics tailored for Indonesian MSMEs, bridging the formal-informal governance gap and offering practical guidance.*

*Keywords: MSMEs, E-commerce, Legal Compliance, Ethics*

## 1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengangkat *e-commerce* sebagai faktor utama dalam pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *E-commerce* terbukti menjadi katalis yang meningkatkan jumlah penjualan dan kinerja UMKM, serta memperluas jangkauan pasar tanpa batasan tempat (Darmawan et al., 2025; Hafitasari et al., 2022).

Namun, di tengah percepatan digital, muncul tantangan fundamental terkait etika bisnis dan kepatuhan hukum. Lingkungan digital yang kompetitif sering kali menghadirkan tantangan bagi pelaku usaha untuk memanipulasi informasi demi keuntungan instan (Imantoro, 2025), yang dapat merusak kepercayaan konsumen. Ketergantungan pada teknologi digital mengharuskan perusahaan mematuhi berbagai persyaratan hukum, termasuk regulasi privasi data, hak cipta, dan keamanan data, untuk menghindari risiko hukum yang dapat mengganggu keberlanjutan bisnis (Hasanah et al., 2024).

### UMKM dan E-commerce

Transformasi digital sangat penting untuk keberhasilan UMKM (Astuti & Rosita, 2024), di mana *e-commerce* berfungsi sebagai katalis kinerja dengan mengefisienkan rantai pasokan dan memperluas pasar (Darmawan et al., 2025). Terdapat hubungan yang sangat kuat antara transaksi *e-commerce* dan perkembangan UMKM di Indonesia (Hafitasari et al., 2022).

### Etika Bisnis dalam Ekonomi Digital

Etika bisnis digital adalah seperangkat aturan moral yang mengatur perilaku bisnis saat berinteraksi di internet, dengan kejujuran sebagai nilai inti (Darmawan et al., 2025). Etika bisnis mengambil alih fungsi kontrol sosial dan profesional, dengan mendorong pelaku usaha untuk menjaga kepercayaan melalui perilaku yang konsisten dan bertanggung jawab (Aripin & Negara, 2021). Penerapan etika bisnis berpengaruh besar terhadap cara perusahaan menjalin hubungan dengan konsumen dan menjadi landasan dalam membangun kepercayaan, menumbuhkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat citra perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap barang dan jasa yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, dan rasa aman karena perusahaan memiliki reputasi yang baik di masyarakat, berkorelasi erat dengan kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen (Rafki et al., 2022).

Secara spesifik dalam konteks UMKM, etika bisnis memiliki fungsi ganda sebagai modal sosial dan benteng pertahanan. Studi oleh Sari (2025) menunjukkan bahwa etika bisnis dapat memperkuat solidaritas sosial di antara pelaku UMKM, menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung di tengah keterbatasan akses terhadap dukungan finansial dan infrastruktur. Karmila et al. (2025) menambahkan bahwa pelaku usaha kecil yang mengintegrasikan etika bisnis dalam aktivitas sehari-hari mampu memitigasi konflik sosial dan menghindari praktik curang yang dapat merusak relasi dengan pelanggan. Dengan demikian, modal sosial yang dibangun melalui etika bisnis juga berfungsi sebagai benteng pertahanan terhadap ketidakpastian pasar dan tantangan

eksternal lainnya. Penelitian menunjukkan bahwa praktik etis yang konsisten berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan dan kinerja finansial di masa depan (Darmawan et al., 2025). Pelanggaran terhadap prinsip etika, yang sering terjadi akibat lemahnya moral dan kesadaran, dapat menimbulkan kerugian besar dan merusak reputasi bisnis (Bengu et al., 2024).

### **Kepatuhan Hukum dan Hukum Bisnis**

Hukum bisnis dapat dipahami sebagai keseluruhan aturan hukum, baik tertulis maupun tidak tertulis, yang mengatur hak serta kewajiban yang muncul dari suatu perjanjian atau hubungan hukum dalam praktik bisnis. Di Indonesia, berbagai regulasi seperti Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menjadi kerangka formal yang mengatur kegiatan bisnis. Meskipun demikian, praktik bisnis yang tidak etis dan melanggar hukum masih terjadi di Indonesia (Agustina, 2022). Oleh karena itu, hukum bisnis, sebagai kerangka hukum yang mengatur kegiatan bisnis, memiliki peran yang signifikan dalam membentuk praktik bisnis yang etis, bertanggung jawab, dan sesuai dengan standar moral yang diterima dalam masyarakat (Pratiwi & Kurniawan, 2022).

Kepatuhan hukum berarti mengikuti aturan nasional tentang perdagangan online, yang berfungsi sebagai aturan eksternal untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan pasar yang adil (Darmawan et al., 2025). Secara hukum, konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, serta jujur (Monica et al., 2025). Studi menunjukkan bahwa aspek hukum dan etika bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM di era digital (Hasanah et al., 2024).

### **Kesenjangan Penelitian (*Research Gap*)**

Kesenjangan utama adalah fragmentasi ganda:

- a. **Fragmentasi Isu**, yaitu tidak adanya kerangka kerja yang mensintesis tuntutan Hukum Bisnis (formal) yang mencakup privasi data, dengan kebutuhan Etika Bisnis (informal), meskipun integrasi keduanya terbukti krusial untuk keberlanjutan usaha.
- b. **Kesenjangan Kontekstual**, yaitu kurangnya model adaptasi yang secara eksplisit memperhitungkan keterbatasan sumber daya UMKM (Dewi & Nasution, 2023) dan kebutuhan untuk mengintegrasikan etika global dengan nilai-nilai lokal.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan metode Tinjauan Pustaka Sistematis (SLR) guna mengumpulkan dan menganalisis data sekunder dari sumber literatur yang relevan. Dengan mengkaji jurnal ilmiah dan laporan secara mendalam, penelitian ini membangun landasan yang kokoh. Hasilnya diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang topik yang dikaji dan memberikan kontribusi yang berarti.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Penelitian

#### a. Etika Bisnis sebagai Penggerak Kepercayaan Jangka Panjang

Prinsip inti etika adalah kejujuran dan transparansi informasi (Darmawan et al., 2025; Imantoro, 2025). Transparansi Informasi berfungsi sebagai mediator utama yang mengubah praktik etika digital menjadi kepercayaan konsumen (Romansyah et al., 2024), yang berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan dan kinerja finansial UMKM (Darmawan et al., 2025). Selain konsumen, etika menciptakan modal sosial internal yang memperkuat solidaritas dan memitigasi risiko konflik di antara pelaku UMKM itu sendiri (Sari, 2025; Karmila et al., 2025).

#### b. Kepatuhan Hukum sebagai Pilar Keberlanjutan Usaha

Isu kepatuhan hukum paling krusial meliputi Perlindungan Konsumen dan Keamanan Siber. Kepatuhan UUPK memastikan konsumen menerima informasi yang benar, jelas, dan jujur (Monica et al., 2025). Kurangnya *cyber security awareness* menjadikan UMKM target potensial serangan siber (Suartana et al., 2022). Studi kuantitatif mengonfirmasi bahwa kedua aspek, hukum dan etika, secara simultan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keberlanjutan usaha (Hasanah et al., 2024).

#### Pembahasan

Transisi UMKM ke *e-commerce* menghasilkan dampak positif yang nyata dalam hal perluasan pasar dan peningkatan penjualan (Astuti & Rosita, 2024; Hafitasari et al., 2022). Namun, tinjauan ini menyoroti bahwa dampak positif ini hanya berkelanjutan jika didasarkan pada fondasi tata kelola yang kuat. Etika Bisnis bertindak sebagai kompas moral internal, sementara Kepatuhan Hukum berfungsi sebagai perlindungan formal eksternal. Keberlanjutan usaha sangat bergantung pada kemampuan untuk mengintegrasikan kedua aspek ini (Hasanah et al., 2024).

#### a. Implikasi Fragmentasi Ganda dan Kesenjangan Kontekstual

Literatur yang ada menunjukkan adanya Fragmentasi Isu, di mana studi sering membahas etika atau hukum secara terpisah. Fragmentasi ini problematik bagi UMKM, yang membutuhkan panduan holistik. Selain itu, terdapat Kesenjangan Kontekstual yang signifikan terkait dengan keterbatasan sumber daya UMKM di Indonesia (Dewi & Nasution, 2023). UMKM seringkali kurang memiliki modal untuk menyewa penasihat hukum atau melakukan pelatihan keamanan siber.

#### b. Kerangka Kerja Sistematis Adaptasi Hukum dan Etika Digital

Kerangka kerja ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan formal-informal dan kontekstual melalui tiga pilar adaptif yang fokus pada tindakan praktis bagi UMKM.

- 1) Pilar Kapasitas (Edukasi Sumber Daya Efisien): Fokus pada pembangunan fondasi pengetahuan minimal.
- 2) Pilar Kepatuhan Inti (Implementasi Regulasi Prioritas): Mengarahkan UMKM untuk mematuhi regulasi yang paling berdampak langsung.
- 3) Pilar Integritas Pasar (Membangun Kepercayaan Relasional Jangka Panjang): Berorientasi pada nilai-nilai etika jangka panjang.

## KESIMPULAN

Tinjauan Pustaka Sistematis ini mengonfirmasi bahwa tantangan ganda kepatuhan hukum digital dan etika bisnis adalah isu sentral yang dihadapi UMKM. Kontribusi utama studi ini adalah pengusulan Kerangka Kerja Sistematis Adaptasi Hukum dan Etika Digital yang mengatasi fragmentasi literatur dan mengintegrasikan keterbatasan sumber daya UMKM di negara berkembang, menawarkan model tata kelola yang realistis dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Pemerintah disarankan untuk memberikan pelatihan praktis bagi UMKM mengenai aturan hukum dan etika penjualan online agar bisnis mereka lebih terpercaya dan dapat bertahan lama di pasar digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 119-134. Bengu, H., Kelin, S. P., & Hadjon, R. P. (2024).
- Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan UMKM Di Era Digital. *TIMOR CERDAS - Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Komputer dan Rekayasa Sistem Cerdas*, 2(1). Darmawan, R. J., Rahmatullah, V., Dilla, F., & Dina, N. (2025).
- Penerapan Etika Bisnis dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Era Digital. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 5(3), 262-268. Dewi, N. P. N. C., & Nasution, D. A. D. (2023).
- PENTINGNYA PENERAPAN E-COMMERCE BAGI UMKM SEBAGAI SALAH SATU BENTUK PEMASARAN DIGITAL DALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 566-577. Hafitasari, I. A., Adzani, D. A., & Mafruhah, A. Y. (2022).
- Analisis Hubungan E-Commerce terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP)*, 5(2). Hanifah Noor Setyawan, & Amin Wahyudi. (2022).
- Pengaruh Aspek Hukum Dan Etika Bisnis Terhadap Keberlanjutan Usaha Di Era Digital. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 2(3), 95-110. Husna, A. M., et al. (2024).

Hak Konsumen Atas Informasi Produk Dalam Perspektif Hukum Dan Etika Bisnis. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5(4), 3786-3801. Pratiwi, W., & Kurniawan, D. (2022).

PENGENALAN PENTINGNYA CYBER SECURITY AWARENESS PADA UMKM. *JURNAL ABADIMAS ADI BUANA*, 5(2). Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.