

Etika Bisnis Dan Aspek Hukum Dalam Pengelolaan UMKM Di Indonesia

Laudya Herviana Putri, Thalia Dwi Fransiska, Tsania Nur Faridah, Ayu Dewanti

Akuntansi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa
Jl. Ki Mangun Sarkora No. 20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota surakarta, Jawa Tengah 57135
Telp. (0271) 7470550
E-mail: 240416049@mhs.udb.ic.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun dalam praktiknya masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya terkait penerapan etika bisnis dan kepatuhan terhadap aspek hukum. Kajian ini bertujuan untuk menelaah secara komprehensif bagaimana etika bisnis dan aspek hukum berperan dalam pengelolaan UMKM di Indonesia. Metode yang digunakan adalah tinjauan naratif dengan menelaah berbagai literatur yang relevan, meliputi jurnal ilmiah, prosiding, buku referensi, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan UMKM. Hasil kajian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM masih relatif rendah, terutama dalam hal legalitas usaha dan perlindungan merek. Selain itu, penerapan etika bisnis belum berjalan secara optimal, yang tercermin dari masih ditemukannya praktik usaha yang kurang menjunjung prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Ketimpangan dalam hubungan kemitraan juga menjadi permasalahan yang sering dihadapi UMKM akibat lemahnya posisi tawar dan kurangnya perlindungan hukum. Kajian ini menegaskan bahwa penguatan etika bisnis dan kepatuhan hukum merupakan faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan dan daya saing UMKM. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah dan pihak terkait dalam memberikan pendampingan, edukasi hukum, serta pengawasan agar tercipta iklim usaha yang sehat, adil, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM Indonesia, Manajemen UMKM, Etika Bisnis, Aspek Hukum, Norma Etika

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economic development, yet in practice they still face various challenges related to business ethics and legal compliance. This study aims to provide a comprehensive overview of the role of business ethics and legal aspects in the management of MSMEs in Indonesia. This study employs a narrative review approach by examining relevant literature, including academic journals, conference proceedings, reference books, and applicable laws and regulations related to MSMEs.

The findings indicate that the level of legal awareness among MSME actors remains relatively low, particularly regarding business legality and trademark protection. In addition, the application of business ethics has not been fully implemented, as reflected in business practices that do not consistently uphold principles of honesty, fairness, and responsibility. Inequality in partnership relationships is also a recurring issue, mainly due to weak bargaining positions and limited legal protection for MSMEs. This study highlights that strengthening business ethics and legal compliance is essential to support the sustainability and competitiveness of MSMEs. Therefore, continuous legal assistance, education, and supervision from the government and related stakeholders are needed to create a fair, ethical, and sustainable business environment for MSMEs.

Keywords: Indonesian MSMEs, MSME Management, Business Ethics, Legal Aspects, Ethical Norms

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu komponen penting dalam ekonomi Indonesia yang berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan, distribusi pendapatan yang lebih merata, dan penciptaan lapangan kerja. Fungsi strategis UMKM menjadikannya sektor yang mampu memelihara stabilitas ekonomi, terutama saat menghadapi berbagai tantangan krisis ekonomi. Meski demikian, keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan untuk meraih keuntungan, tetapi juga oleh kepatuhan terhadap hukum serta penerapan etika usaha dalam menjalankan kegiatan usaha.

Perkembangan dalam teknologi digital dan pengaruh globalisasi telah mengakibatkan perubahan besar dalam cara pengelolaan dan operasi UMKM. Penggunaan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan teknologi keuangan memberi kesempatan bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi dalam operasional, dan memperkuat daya saing mereka. Namun, transformasi digital juga membawa berbagai tantangan baru, terutama terkait hukum dan etika bisnis, seperti risiko penipuan dalam transaksi online, pelanggaran kontrak digital, penyalahgunaan informasi konsumen, serta kurangnya perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual.

Berbagai kajian terdahulu menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM di Indonesia yang belum sepenuhnya memahami pentingnya aspek legalitas usaha serta kepatuhan terhadap hukum. Rendahnya jumlah pemilik izin usaha, pendaftaran merek, dan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual menjadi masalah umum yang dihadapi dalam praktik UMKM. Situasi ini tidak hanya mengurangi posisi hukum pelaku usaha tetapi juga membatasi akses mereka terhadap sumber pendanaan formal, kolaborasi bisnis, dan pengembangan pasar, baik di tingkat dalam negeri maupun luar negeri.

Di samping aspek hukum, etika bisnis merupakan faktor krusial dalam membangun keberlanjutan usaha. Etika bisnis menggambarkan nilai-nilai moral yang mengatur sikap pelaku usaha saat berinteraksi dengan konsumen, rekan bisnis, dan masyarakat. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi menjadi dasar dalam membangun kepercayaan dan reputasi suatu usaha. Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa praktik bisnis yang tidak etis, seperti manipulasi informasi produk, ketidakjujuran di dalam transaksi, dan pengabaian tanggung jawab sosial, masih sering terjadi di kalangan UMKM dan berdampak buruk pada kepercayaan konsumen.

Dalam pandangan etika bisnis Islam, kegiatan usaha dipandang tidak hanya sebagai aktivitas ekonomi tetapi juga sebagai tanggung jawab moral dan bentuk ibadah. Nilai-nilai seperti *sidq* (kejujuran), *'adl* (keadilan), dan amanah harus menjadi prinsip yang diterapkan dalam setiap kegiatan bisnis. Penggabungan nilai-nilai etika bisnis ini diharapkan dapat mendorong praktik usaha yang tidak hanya menguntungkan dari segi finansial tetapi juga adil dan berkelanjutan secara sosial.

Berbagai kebijakan telah diprakarsai oleh pemerintah untuk mendukung pertumbuhan UMKM, termasuk penyederhanaan proses perizinan dan pemberian insentif untuk pelaku UMKM. Namun, pelaksanaan kebijakan tersebut masih terkendala oleh beberapa masalah, seperti kurangnya penyuluhan, adanya prosedur birokrasi yang dianggap rumit, dan rendahnya pemahaman hukum di kalangan pelaku UMKM. Ini menunjukkan adanya perbedaan antara kebijakan yang dibuat dan keadaan yang ada di lapangan.

Dengan latar belakang tersebut, tulisan ini menyajikan analisis naratif tentang etika bisnis dan aspek hukum dalam pengelolaan UMKM di Indonesia dengan meninjau bermacam literatur yang relevan. Analisis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai tantangan yang dihadapi oleh UMKM, serta menjadi acuan dalam merumuskan strategi untuk memperkuat etika bisnis dan kepatuhan hukum demi meningkatkan daya saing dan kelangsungan UMKM di era digital.

2. METODOLOGI

Kajian ini disusun dengan menggunakan metode tinjauan naratif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang etika bisnis dan aspek hukum dalam pengelolaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena memberikan kesempatan kepada penulis untuk menelaah, membandingkan, dan menyintesis berbagai pandangan serta temuan dari kajian sebelumnya tanpa perlu mengumpulkan data primer.

Sumber literatur dalam kajian ini berasal dari literatur sekunder, seperti jurnal ilmiah baik nasional maupun internasional, prosiding seminar, buku acuan, serta dokumen hukum dan peraturan yang terkait dengan UMKM, etika bisnis, dan hukum usaha. Literatur dipilih berdasarkan relevansi topik, kredibilitas sumber, serta terbaru publikasi untuk menjamin kualitas dan relevansi pembahasan.

Penyusunan tinjauan naratif dilakukan melalui beberapa langkah. Pertama, proses pencarian literatur dilakukan dengan mengidentifikasi kata kunci yang berhubungan dengan etika bisnis UMKM, aspek hukum UMKM, legalitas usaha, perlindungan merek, dan kemitraan serta persaingan usaha. Kedua, dilakukan pemilihan literatur untuk mendapatkan sumber-sumber yang sesuai dengan fokus pembahasan. Ketiga, literatur yang telah dipilih dianalisis dengan mengelompokkan tema-tema utama yang sering muncul dalam kajian sebelumnya. Keempat, sintesis dan interpretasi dilakukan terhadap temuan-temuan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia.

Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis terhadap temuan literatur, dengan penekanan pada pemahaman konsep, tren umum, serta kesenjangan antara peraturan dan praktik yang terlihat dalam berbagai literatur. Dengan pendekatan ini, diharapkan kajian ini dapat memberikan gambaran lengkap mengenai pentingnya penerapan etika bisnis dan kepatuhan hukum untuk meningkatkan keberlanjutan serta daya saing UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Melalui kajian terhadap beragam sumber literatur dan artikel ilmiah, ditemukan sejumlah hasil signifikan yang berkaitan dengan etika bisnis serta aspek hukum dalam manajemen UMKM di Indonesia. Hasil tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

3.1.1 Rendahnya Kesadaran Hukum dan Legalitas Usaha

Kajian ini menunjukkan bahwa pemahaman hukum di kalangan pelaku UMKM masih cukup rendah, terutama mengenai kepemilikan dokumen hukum seperti izin usaha, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dan sertifikat lainnya yang diperlukan. Indrawati dan Rachmawati (2021) mengungkapkan bahwa banyak pelaku UMKM belum menyadari bahwa legalitas usaha merupakan bentuk perlindungan hukum serta syarat penting untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan. Penjelasan ini didukung oleh Baskoro (2024) yang menekankan bahwa kurangnya pendidikan hukum membuat pelaku UMKM kurang termotivasi untuk mengurus aspek legal usaha mereka.

Ketiadaan legalitas usaha berimbas pada terbatasnya akses UMKM terhadap pinjaman resmi, kerjasama bisnis, dan program bantuan dari pemerintah. Samudra et al. (2025) menyatakan bahwa UMKM yang tidak memiliki legalitas usaha akan berada dalam posisi yang tidak menguntungkan ketika berhadapan dengan sengketa hukum maupun kompetisi bisnis yang semakin ketat.

3.1.2 Minimnya Perlindungan Merek dan Hak Kekayaan Intelektual

Hasil kajian menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM mengenai perlindungan merek dan hak intelektual masih sangat rendah. Samudra et al. (2025) menyatakan bahwa banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek mereka karena merasa bahwa proses pendaftaran itu

sulit dan memerlukan biaya yang cukup mahal. Hal ini membuat UMKM mudah menjadi sasaran pemalsuan produk dan pencurian identitas bisnis.

Widodo (2025) menekankan bahwa perlindungan merek tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi perusahaan serta memperkuat reputasi produk di pasar. Kurangnya perlindungan merek membuat UMKM kehilangan kesempatan untuk tumbuh dan bersaing dengan sehat dengan pelaku usaha lainnya.

3.1.3 Belum Optimalnya Penerapan Etika Bisnis dalam Praktik UMKM

Kajian ini menemukan bahwa penerapan etika bisnis di sektor UMKM masih belum merata. Mukti dan Mukhlis (2023) mengungkapkan bahwa masih ada praktik bisnis yang tidak mengindahkan prinsip-prinsip kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab sosial. Bengu et al. (2024) juga menyampaikan bahwa kurangnya pemahaman tentang etika bisnis mengakibatkan terjadinya ketidakjujuran dalam transaksi dan menurunnya kepercayaan dari konsumen.

Dari sudut pandang etika bisnis Islam, Abadi et al. (2025) dan Rahayu (2025) menekankan betapa krusialnya penerapan nilai-nilai moral seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), dan amanah dalam aktivitas bisnis. Nilai-nilai ini sangat penting untuk mempertahankan kelangsungan dan reputasi UMKM.

3.1.4 Ketidakadilan dalam Hubungan Kemitraan dan Waralaba

Kajian ini menunjukkan bahwa terdapat ketidakadilan dalam hubungan kemitraan dan waralaba yang melibatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Ramadhan (2023) menjelaskan bahwa kesepakatan kemitraan sering kali bersifat menguntungkan satu pihak dan kurang memberikan perlindungan hukum bagi UMKM. Hal ini mengakibatkan UMKM berada dalam posisi yang tidak menguntungkan dan rentan terhadap kerugian.

Widodo (2025) menekankan bahwa hubungan kemitraan yang tidak seimbang bertentangan dengan prinsip etika dalam bisnis dan keadilan ekonomi. Untuk itu, diperlukan peraturan yang lebih ketat serta sistem pengawasan yang efektif untuk melindungi kepentingan UMKM.

3.1.5 Peran Pemerintah dalam Menciptakan Iklim Usaha yang Sehat

Kajian ini menunjukkan bahwa pemerintah berperan penting dalam menciptakan lingkungan usaha yang mendukung bagi UMKM melalui penyusunan peraturan, pengawasan, dan pendidikan hukum. Pradana et al. (2025) menekankan pentingnya penguatan peraturan hukum untuk menghadapi kompleksitas perkembangan bisnis digital yang makin meningkat.

Di samping itu, Bengu et al. (2024) mengatakan bahwa pendampingan serta pendidikan mengenai etika bisnis harus dilakukan secara terus-menerus agar para pelaku UMKM dapat menjalankan usaha dengan cara yang bertanggung jawab dan sesuai dengan norma etika.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Implikasi Rendahnya Kesadaran Hukum terhadap Keberlanjutan UMKM

Minimnya pemahaman hukum di kalangan pelaku UMKM mengindikasikan bahwa aspek legalitas usaha belum dianggap sebagai elemen strategis dalam manajemen usaha. Sementara itu, legalitas bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam menjamin kepastian hukum, meningkatkan kepercayaan dari mitra bisnis, serta membuka jalan untuk mendapatkan pembiayaan resmi. Situasi ini menggarisbawahi pentingnya peningkatan pemahaman hukum yang terencana dan berkelanjutan untuk pelaku UMKM.

Penguatan pemahaman hukum tidak hanya menjadi kewajiban pemerintah, tetapi juga memerlukan partisipasi dari akademisi dan lembaga pendukung UMKM. Dengan peningkatan pengetahuan hukum, diharapkan pelaku UMKM dapat menjalankan usaha mereka dengan lebih aman dan berkelanjutan.

3.2.2 Perlindungan Merek sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM

Kurangnya perlindungan merek menunjukkan bahwa pemahaman UMKM mengenai nilai hak kekayaan intelektual sebagai aset strategis masih lemah. Perlindungan merek dapat memberikan manfaat tambahan untuk produk UMKM dan memperkuat daya saing di pasar. Oleh sebab itu, terdapat kebutuhan akan kebijakan yang mendukung berupa penyederhanaan proses pendaftaran merek serta penyediaan bantuan hukum bagi pelaku UMKM.

Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat mendorong UMKM agar lebih menyadari pentingnya melindungi identitas usaha mereka dan meningkatkan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

3.2.3 Etika Bisnis sebagai Dasar Kepercayaan dan Keberlangsungan Usaha

Pelaksanaan etika bisnis yang masih kurang efektif menunjukkan bahwa dibutuhkan usaha yang terencana untuk meningkatkan pemahaman moral para pelaku UMKM. Etika bisnis memiliki peranan krusial dalam menciptakan kepercayaan dari konsumen serta memelihara citra usaha. Penggabungan nilai-nilai etika bisnis dalam perspektif Islam ke dalam praktik UMKM dapat menjadi jalan keluar untuk mengatasi isu-isu moral dan perilaku bisnis yang tidak etis.

3.2.4 Ketimpangan Dalam Kemitraan dan Waralaba

Ketimpangan dalam hubungan kemitraan dan waralaba menunjukkan bahwa UMKM sering berada pada posisi tawar yang lemah akibat perjanjian yang bersifat sepihak dan minim perlindungan hukum. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kerugian bagi UMKM, baik secara ekonomi maupun hukum. Oleh karena itu, penerapan prinsip etika bisnis seperti keadilan dan itikad baik menjadi penting dalam membangun hubungan kemitraan yang sehat dan berkelanjutan.

3.2.5 Peran Pemerintah dalam Mendukung UMKM

Kurangnya pemahaman mengenai hukum dan etika dalam dunia bisnis di kalangan UMKM menunjukkan bahwa dukungan pemerintah masih sangat penting. Pemerintah memiliki tugas untuk menyebarluaskan informasi mengenai peraturan, memberikan bantuan hukum, dan melakukan pengawasan terhadap aktivitas usaha sehingga tidak merugikan UMKM. Dukungan yang terus-menerus diharapkan dapat menghasilkan lingkungan usaha yang adil, beretika, dan mendukung kelangsungan UMKM.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam kajian ini, dapat disimpulkan bahwa masalah etika bisnis dan kepatuhan terhadap hukum masih menjadi tantangan yang sering dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Rendahnya pemahaman mengenai legalitas usaha dan perlindungan merek membuat UMKM berada dalam posisi yang kurang aman dari sisi hukum, serta kurang siap bersaing dalam dunia usaha. Di samping itu, kurang konsistennya penerapan praktik etika bisnis serta ketidakseimbangan dalam hubungan kemitraan menunjukkan bahwa prinsip keadilan dan tanggung jawab belum sepenuhnya menjadi fokus utama dalam pengelolaan UMKM.

Dengan demikian, pelaku UMKM perlu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan mengenai pentingnya aspek hukum dan etika dalam menjalankan usaha. Memiliki legalitas usaha, mendapatkan perlindungan merek, serta mengadopsi sikap jujur dan adil dalam berteman bisnis diharapkan bisa memperkuat keberlangsungan UMKM. Di sisi lain, diharapkan pemerintah dan pihak-pihak terkait dapat lebih proaktif dalam memberikan bimbingan, menyosialisasikan regulasi, dan mengawasi praktik usaha agar tercipta lingkungan bisnis yang sehat, adil, dan berkelanjutan untuk UMKM.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. C., Umari, Z. F., & Zulfikri. (2025). Penerapan etika bisnis dalam perspektif Islam pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam transaksi jual beli di Pasar Lama Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan (JIMEK)*.
- Baskoro, S. E. (2024). Pengenalan aspek hukum bagi pelaku UMKM di Jakarta Selatan. *Community Service Journal (TPET)*.

- 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*, Universitas Citra Bangsa.
- Indrawati, S., & Rachmawati, A. F. (2021). Edukasi legalitas usaha sebagai upaya perlindungan hukum bagi pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*.
- Mukti, T. L., & Mukhlis, I. (2023). Etika bisnis dalam daya saing UMKM. *Business and Investment Review (BIREV)*.
- Pradana, F. M. A., Cahyadi, W. A., Dinata, S. A., Susanto, T., & Farida, E. (2025). Aspek hukum dalam bisnis digital. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Rahayu, E. (2025). Pengaruh etika bisnis Islam dalam optimalisasi pengembangan UMKM. *Jurnal Al-Istishna: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Ramadhan, W. (2023). Pengaturan hukum usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berdasarkan keadilan ekonomi. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*.
- Samudra, S. A., Supian, U., Ramadhan, T. I., Hilmawan, A. R., & Maulana, C. (2025). Urgensi kesadaran hukum dalam perlindungan merek dagang UMKM di Indonesia. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*.
- Widodo, R. (2025). Implementasi etika bisnis syariah dalam perusahaan mikro dan kecil di Indonesia: Tinjauan hukum dan praktik. *Al Itmamiy: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.