

Pemberdayaan Pelaku UMKM melalui Model Edu Legal English untuk Penguatan Kesadaran Hukum dan Daya Saing Global

Neni Iryani^{1*}, Lina Maulidiana²

¹Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, Indonesia

²Universitas Bandar Lampung, Indonesia

Email: iryanineni@gmail.com

Abstract

Micro, small, and medium enterprise actors increasingly interact with digital marketplaces, electronic transactions, consumer data, branding, and cross-border communication. However, business assistance is often fragmented: legal education is delivered separately from practical English training, while English courses rarely address the actual legal and commercial communication needs of microentrepreneurs. This community service program introduced the Edu-Legal English model, an integrated empowerment approach combining contextual legal literacy, functional Business English, guided digital practice, and output-based mentoring for MSME actors in Cisauk Urban Village, Tangerang Regency. The activities used a participatory mentoring approach consisting of needs mapping, legal-risk identification, bilingual communication workshops, task-based practice, guided product profile development, and reflective evaluation. The program focused on business legality awareness, consumer protection, electronic transactions, trademarks, personal data, simple business documents, bilingual product descriptions, customer-response scripts, and basic negotiation expressions. The main outputs were a practical legal checklist, a Legal-English glossary, bilingual business profiles, bilingual product descriptions, and communication templates for digital marketplace interactions. Qualitative evaluation based on worksheets, completed business outputs, mentoring notes, and participant reflection indicated a shift from fragmented knowledge toward more integrated decision-making. Participants were better able to recognize legal risks in digital business communication and to produce simple English expressions that were more relevant to real selling situations. The program suggests that the Edu-Legal English model can serve as a contextual community empowerment framework that connects legal awareness with practical global communication readiness.

Keywords: community empowerment; MSMEs; legal literacy; Business English; global competitiveness

Abstrak

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah semakin berinteraksi dengan marketplace digital, transaksi elektronik, data konsumen, branding, dan komunikasi lintas bahasa. Namun, program pendampingan sering berjalan terpisah: edukasi hukum diberikan tanpa latihan komunikasi bisnis yang aplikatif, sedangkan pelatihan bahasa Inggris jarang menyentuh kebutuhan hukum dan komunikasi komersial nyata pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian ini memperkenalkan Model Edu-Legal English, yaitu pendekatan pemberdayaan terpadu yang menggabungkan literasi hukum kontekstual, Business English fungsional, praktik digital terbimbing, dan pendampingan berbasis luaran bagi pelaku UMKM di Kelurahan Cisauk, Kabupaten Tangerang. Kegiatan dilakukan melalui pemetaan kebutuhan, identifikasi risiko hukum, lokakarya komunikasi bilingual, praktik berbasis tugas, penyusunan profil dan deskripsi produk, serta evaluasi reflektif. Materi mencakup kesadaran legalitas usaha, perlindungan konsumen, transaksi elektronik, merek, data pribadi, dokumen usaha sederhana, deskripsi produk bilingual, respons pelanggan, dan ungkapan negosiasi dasar. Luaran utama berupa checklist hukum praktis, glosarium Legal-English, profil usaha bilingual, deskripsi produk bilingual, serta template komunikasi marketplace. Evaluasi kualitatif melalui lembar kerja, luaran usaha, catatan pendampingan, dan refleksi peserta menunjukkan pergeseran dari pengetahuan yang terpisah menuju pengambilan keputusan usaha yang lebih terintegrasi. Model Edu-Legal English berpotensi menjadi kerangka pemberdayaan kontekstual yang menghubungkan kesadaran hukum dengan kesiapan komunikasi global pelaku UMKM.

Kata kunci: pemberdayaan masyarakat; UMKM; literasi hukum; Business English; daya saing global

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi strategis dalam penguatan ekonomi lokal karena aktivitasnya dekat dengan kebutuhan masyarakat, mampu menggerakkan usaha rumah tangga, dan menjadi ruang tumbuh bagi kewirausahaan berbasis potensi wilayah. Perubahan pola perdagangan menuju ekosistem digital memperluas peluang pasar bagi UMKM, tetapi pada saat yang sama menambah kompleksitas pengelolaan usaha. Pelaku usaha tidak lagi

hanya berhadapan dengan persoalan produksi dan penjualan tatap muka, melainkan juga harus memahami identitas digital usaha, transaksi elektronik, bukti komunikasi, hak konsumen, penggunaan merek, perlindungan data pelanggan, serta cara menyampaikan informasi produk secara jelas kepada calon pembeli.

Transformasi digital tidak otomatis menghasilkan peningkatan daya saing apabila tidak diikuti kesiapan pengetahuan dan kemampuan operasional pelaku usaha. Anatan dan Nur (2023) menunjukkan bahwa kesiapan UMKM Indonesia dalam transformasi digital masih dipengaruhi oleh kesenjangan pengetahuan dan kebutuhan transfer kemampuan yang relevan dengan praktik bisnis. Kahveci (2025) juga menekankan bahwa transformasi digital pada usaha kecil memerlukan kesadaran, strategi, adopsi, dan perbaikan berkelanjutan. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, temuan tersebut mengisyaratkan bahwa pendampingan perlu bergerak dari sosialisasi satu arah menuju proses belajar yang membantu pelaku usaha menghasilkan alat kerja yang langsung digunakan dalam aktivitas usahanya.

Salah satu aspek yang sering belum memperoleh perhatian memadai adalah literasi hukum praktis. Pelaku UMKM dapat menggunakan marketplace, media sosial, dan aplikasi pesan instan untuk bertransaksi, tetapi belum tentu memahami konsekuensi hukum dari informasi produk, janji promosi, penggunaan foto dan identitas merek, penyimpanan data pelanggan, atau isi percakapan yang menjadi bagian dari proses transaksi. Perdagangan melalui sistem elektronik telah memiliki kerangka hukum nasional, antara lain Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Perkembangan regulasi digital juga ditandai oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 sebagai perubahan kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

Penguatan kesadaran hukum bagi UMKM bukan dimaksudkan untuk mengubah pelaku usaha menjadi ahli hukum. Tujuan yang lebih realistis adalah membangun kemampuan mengenali situasi berisiko, memahami hak dan kewajiban dasar, menjaga bukti transaksi, menggunakan bahasa promosi yang tidak menyesatkan, serta mengetahui kapan diperlukan bantuan dari pihak yang memiliki kompetensi hukum. Pendekatan seperti ini sejalan dengan gagasan legal empowerment yang menempatkan kemampuan memahami dan menggunakan hukum dalam konteks kehidupan sehari-hari sebagai unsur penting pemberdayaan. Bagi UMKM, kesadaran hukum yang praktis dapat mendukung tata kelola usaha yang lebih hati-hati dan membangun kepercayaan pelanggan.

Tantangan berikutnya adalah kemampuan komunikasi berbahasa Inggris. Kebutuhan bahasa Inggris bagi pelaku UMKM tidak selalu berbentuk percakapan panjang atau penguasaan tata bahasa akademik. Pada praktik digital, pelaku usaha lebih sering memerlukan kemampuan menyusun nama dan deskripsi produk, mengenalkan profil usaha, menjawab pertanyaan sederhana, menjelaskan ukuran dan bahan, menginformasikan ketersediaan produk, menyampaikan metode pemesanan, memberikan respons terhadap komplain secara sopan, serta memahami istilah umum pada marketplace. Oleh karena itu, pembelajaran yang relevan perlu berorientasi pada English for Specific Purposes dan Business English yang disederhanakan sesuai kebutuhan nyata mitra.

Perkembangan generative artificial intelligence memberikan kemungkinan baru untuk mendukung latihan bahasa secara lebih personal. Kohnke, Moorhouse, dan Zou (2023) menjelaskan bahwa ChatGPT memiliki affordance untuk pembelajaran bahasa, tetapi pengguna tetap memerlukan kompetensi digital dan kesadaran etis agar teknologi digunakan secara efektif. Tinjauan sistematis Li et al. (2024) dan Lo et al. (2024) menunjukkan meningkatnya penggunaan generative AI dalam pembelajaran bahasa, sekaligus menegaskan perlunya desain pedagogis, verifikasi keluaran, dan peran manusia dalam proses belajar. Dalam kegiatan pengabdian ini, AI diposisikan sebagai alat bantu untuk menghasilkan variasi contoh, menyederhanakan kalimat, dan memeriksa keterbacaan, bukan sebagai pengganti keputusan hukum maupun penilaian akhir pelaku usaha terhadap informasi produknya.

Permasalahan yang ditemukan pada konteks pengabdian di Kelurahan Cisauk, Kabupaten Tangerang, relevan dengan dua kebutuhan tersebut. Program kerja kelompok EKONOVA Universitas Cendekia Abditama diarahkan pada penguatan UMKM dan pemanfaatan

marketplace/digitalisasi usaha. Pemetaan awal program menunjukkan kebutuhan untuk memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam menampilkan identitas produk, menyusun komunikasi digital yang lebih terstruktur, dan memahami risiko dasar dalam interaksi usaha daring. Letak Cisauk yang berada pada kawasan penyangga pertumbuhan perkotaan dan dekat dengan pusat aktivitas ekonomi modern memberikan peluang perluasan pasar, tetapi peluang tersebut menuntut kesiapan komunikasi dan tata kelola usaha yang semakin baik.

Program pengabdian yang hanya berfokus pada pemasaran digital berisiko menghasilkan peningkatan aktivitas promosi tanpa diikuti pemahaman terhadap tanggung jawab pelaku usaha. Sebaliknya, penyuluhan hukum yang penuh istilah normatif dapat sulit diterjemahkan ke dalam tindakan sehari-hari. Pelatihan bahasa Inggris yang menggunakan materi umum juga berpotensi tidak menjawab kebutuhan penjualan. Berdasarkan kesenjangan tersebut, kegiatan ini merumuskan Model Edu-Legal English sebagai pendekatan integratif yang menghubungkan tiga domain: kesadaran hukum, komunikasi bisnis sederhana dalam bahasa Inggris, dan praktik digital berbasis luaran.

Kebaruan praktis program terletak pada penyusunan materi berdasarkan satu rangkaian tugas usaha. Peserta tidak mempelajari hukum dan bahasa Inggris dalam sesi yang berdiri sendiri, melainkan menggunakan satu kasus usaha untuk menilai risiko informasi, memperbaiki isi promosi, menerjemahkan informasi inti ke bahasa Inggris sederhana, dan menghasilkan template komunikasi yang dapat dipakai kembali. Dengan demikian, satu produk belajar mempunyai fungsi ganda: sebagai media penguatan kesadaran hukum dan sebagai latihan komunikasi bisnis.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan kemampuan pelaku UMKM mengenali aspek hukum dasar dalam aktivitas usaha digital; (2) meningkatkan kemampuan menyusun komunikasi Business English sederhana yang relevan dengan produk dan pelayanan pelanggan; (3) menghasilkan perangkat praktis berupa checklist hukum, glosarium Legal-English, profil usaha dan deskripsi produk bilingual, serta template komunikasi marketplace; dan (4) membangun model pendampingan terpadu yang dapat direplikasi pada kegiatan pemberdayaan UMKM berbasis komunitas.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada rangkaian program pemberdayaan UMKM tahun 2026 di Kelurahan Cisauk, Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang. Mitra kegiatan adalah pelaku UMKM yang terhubung dengan agenda pendampingan kelompok EKONOVA Universitas Cendekia Abditama. Pendekatan yang digunakan adalah pendampingan partisipatif berbasis kebutuhan dan luaran. Pendekatan ini dipilih karena tingkat pengalaman digital, jenis produk, pola pelayanan konsumen, dan kebutuhan komunikasi setiap pelaku usaha tidak sepenuhnya sama.

Model Edu-Legal English dibangun atas prinsip context–risk–language–practice–output–reflection. Context berarti materi dimulai dari situasi usaha peserta. Risk berarti fasilitator membantu peserta mengenali titik risiko hukum yang paling dekat dengan aktivitasnya. Language berarti peserta memilih fungsi bahasa Inggris yang benar-benar diperlukan. Practice berarti materi dipraktikkan melalui tugas singkat dan berulang. Output berarti setiap rangkaian belajar menghasilkan dokumen atau template yang dapat digunakan oleh usaha. Reflection berarti peserta meninjau kembali apakah isi komunikasi telah akurat, tidak berlebihan, mudah dipahami, dan konsisten dengan kondisi produk.

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas enam tahap, yaitu pemetaan kebutuhan, asesmen awal berbasis kasus, edukasi hukum kontekstual, pelatihan Business English fungsional, pendampingan integratif berbasis tugas, serta evaluasi dan penyusunan tindak lanjut. Tahap pemetaan kebutuhan dilakukan melalui diskusi dengan mitra dan penelaahan sederhana terhadap cara pelaku usaha memperkenalkan produk, menerima pertanyaan pelanggan, dan menyimpan informasi transaksi. Pemetaan tidak dimaksudkan sebagai audit hukum formal, tetapi sebagai identifikasi kebutuhan belajar.

Asesmen awal menggunakan kasus sederhana yang dekat dengan praktik UMKM. Peserta diminta menilai contoh deskripsi produk yang tidak lengkap, pesan pelanggan yang meminta pengembalian barang, penggunaan foto pelanggan untuk promosi, pencantuman klaim berlebihan, dan percakapan pemesanan. Dari proses tersebut, fasilitator mengidentifikasi pola kesulitan: peserta cenderung melihat komunikasi digital hanya sebagai aktivitas pemasaran dan belum selalu menghubungkannya dengan tanggung jawab informasi, bukti transaksi, hak konsumen, serta perlindungan data.

Edukasi hukum dilaksanakan dengan metode micro-learning. Satu topik dibahas melalui satu kasus, satu prinsip hukum, satu daftar tindakan aman, dan satu tugas perbaikan. Materi mengacu pada kerangka pemberdayaan UMKM dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, perdagangan melalui sistem elektronik dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, perlindungan data pribadi berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022, dan perkembangan ketentuan transaksi elektronik. Untuk aspek perizinan, fasilitator menekankan pentingnya memeriksa ketentuan terkini pada sistem dan instansi berwenang, sejalan dengan berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.

Pelatihan bahasa Inggris menggunakan prinsip task-based language practice. Peserta berlatih melalui tugas yang menyerupai aktivitas usaha, seperti menulis kalimat pengenalan produk, menyebutkan bahan dan ukuran, menjelaskan cara pemesanan, merespons pertanyaan ketersediaan, memberikan informasi pengiriman, dan menyampaikan respons awal terhadap keluhan. Fokus utama bukan pada istilah tata bahasa yang kompleks, tetapi pada ketepatan makna, kesopanan, konsistensi informasi, dan kemampuan menggunakan pola kalimat yang dapat diulang.

Pada tahap pendampingan integratif, satu materi usaha diproses melalui empat pemeriksaan. Pemeriksaan pertama adalah factual check untuk memastikan nama, bahan, ukuran, harga, manfaat, dan informasi lainnya sesuai dengan kondisi produk. Pemeriksaan kedua adalah legal-awareness check untuk menilai apakah terdapat klaim berlebihan, data pelanggan, penggunaan merek, atau janji yang perlu diperjelas. Pemeriksaan ketiga adalah English clarity check untuk menyederhanakan kalimat bahasa Inggris. Pemeriksaan keempat adalah customer-readiness check untuk menilai apakah pesan mudah digunakan dalam percakapan digital.

Generative AI digunakan secara terbatas sebagai alat bantu latihan. Peserta diperkenalkan pada pola prompt sederhana, misalnya meminta tiga versi deskripsi produk dalam bahasa Inggris dasar berdasarkan informasi yang telah diverifikasi, meminta penyederhanaan kalimat, atau meminta contoh respons pelanggan yang sopan. Fasilitator menekankan tiga aturan: informasi faktual harus berasal dari pelaku usaha, keluaran AI wajib diperiksa kembali, dan AI tidak digunakan untuk memberikan kepastian hukum atau membuat klaim produk yang tidak dapat dibuktikan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Model Edu-Legal English

Tahap	Kegiatan Utama	Luaran	Fokus Pendampingan
Pemetaan kebutuhan	Diskusi usaha dan identifikasi pola komunikasi digital	Peta kebutuhan peserta	Konteks usaha
Asesmen berbasis kasus	Analisis contoh transaksi, promosi, data, dan keluhan	Daftar isu prioritas	Kesadaran risiko
Edu-Legal	Micro-learning hukum usaha digital	Checklist hukum praktis	Tindakan preventif
Business English	Latihan deskripsi produk dan customer response	Bank kalimat bilingual	Komunikasi fungsional
Integrasi tugas	Factual, legal-awareness, English clarity, customer-readiness check	Profil dan deskripsi bilingual	Kualitas luaran
Evaluasi	Telaah lembar kerja, luaran,	Matriks perubahan	Keberlanjutan

	catatan mentor, dan refleksi	kemampuan	
--	------------------------------	-----------	--

Evaluasi program dilakukan secara kualitatif dan berbasis bukti kerja. Sumber evaluasi meliputi lembar asesmen kasus, hasil revisi deskripsi produk, draft profil usaha bilingual, template respons pelanggan, catatan fasilitator, dan refleksi peserta. Indikator keberhasilan dirumuskan pada kemampuan mengenali isu hukum dasar, membedakan fakta dan klaim promosi, menyusun informasi produk yang lebih lengkap, menggunakan pola Business English sederhana, melakukan verifikasi keluaran AI, dan menghasilkan perangkat komunikasi yang dapat dipakai kembali. Model evaluasi ini dipilih agar perubahan tidak hanya dilihat dari persepsi peserta, tetapi juga dari artefak atau luaran yang dihasilkan selama pendampingan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemetaan Kebutuhan: Kesenjangan antara Aktivitas Digital dan Kesadaran Risiko

Pemetaan kebutuhan memperlihatkan bahwa aktivitas digital pelaku UMKM telah berkembang lebih cepat dibandingkan struktur pengetahuan yang mendukungnya. Pelaku usaha relatif akrab dengan penggunaan WhatsApp, media sosial, dan marketplace untuk menampilkan produk atau menerima pesanan. Akan tetapi, bahasa yang digunakan masih sangat bergantung pada komunikasi spontan. Informasi penting seperti variasi produk, ukuran, bahan, ketentuan pemesanan, estimasi proses, atau cara menyampaikan keluhan belum selalu tersusun dalam format yang konsisten.

Dari sisi hukum, persoalan utama bukan ketidaktahuan total terhadap aturan, melainkan sulitnya menerjemahkan aturan ke situasi usaha sehari-hari. Sebagai contoh, peserta memahami secara umum bahwa konsumen harus dilayani dengan baik, tetapi belum otomatis menghubungkan kewajiban informasi produk dengan cara menulis caption. Peserta juga mengetahui pentingnya menjaga data pelanggan, tetapi masih memerlukan contoh konkret tentang data apa yang sebaiknya tidak disebarluaskan atau digunakan ulang tanpa dasar yang jelas. Kondisi ini menunjukkan perlunya literasi hukum berbasis skenario, bukan sekadar penyampaian daftar regulasi.

Aspek merek dan identitas usaha juga menjadi bagian penting. Dalam praktik UMKM, nama usaha, logo, foto produk, dan desain promosi sering dipandang hanya sebagai unsur visual. Padahal, ketika usaha mulai memperluas pasar, konsistensi identitas dan pemahaman dasar mengenai merek menjadi relevan. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, sebagaimana telah mengalami perubahan dalam kerangka Cipta Kerja, memberikan dasar penting bagi perlindungan merek. Oleh sebab itu, sesi pengabdian tidak diarahkan pada prosedur hukum yang kompleks, tetapi pada pengenalan prinsip: membedakan nama dagang dan merek, menghindari penggunaan identitas pihak lain secara sembarangan, menyimpan arsip desain, dan memeriksa kebutuhan pendaftaran melalui kanal resmi.

Pada aspek bahasa Inggris, peserta menunjukkan kebutuhan yang sangat fungsional. Materi yang dibutuhkan bukan topik percakapan umum, melainkan frasa singkat yang berulang dalam transaksi: available, out of stock, made to order, material, size, color, minimum order, processing time, shipping, payment confirmation, replacement, dan refund. Kesulitan muncul ketika peserta berusaha menerjemahkan kalimat promosi bahasa Indonesia secara langsung ke bahasa Inggris sehingga struktur kalimat menjadi panjang, makna kabur, atau klaim terdengar terlalu absolut.

Temuan pemetaan mendukung kebutuhan pendekatan integratif. Pelaku UMKM memerlukan bahasa yang sederhana untuk menjelaskan fakta produk, sedangkan ketepatan fakta merupakan bagian dari komunikasi usaha yang bertanggung jawab. Dengan kata lain, keterampilan bahasa dan kesadaran hukum bertemu pada satu titik: kualitas informasi. Informasi yang akurat, konsisten, dan mudah dipahami bukan hanya mendukung promosi, tetapi juga membantu mengurangi kesalahpahaman antara penjual dan pembeli.

2. Implementasi Model Edu-Legal English

Model Edu-Legal English diterapkan dengan mengubah setiap isu hukum menjadi tugas komunikasi. Pada topik informasi produk, peserta tidak diminta menghafal ketentuan perlindungan

konsumen. Fasilitator memberikan contoh caption yang mengandung kalimat “pasti paling bagus”, “dijamin cocok untuk semua”, atau informasi ukuran yang tidak jelas. Peserta kemudian membedakan fakta, opini promosi, dan klaim yang membutuhkan dasar. Setelah itu, peserta menyusun ulang deskripsi dalam bahasa Indonesia dan membuat versi bahasa Inggris sederhana.

Pada topik transaksi elektronik, peserta memetakan alur komunikasi sejak calon pelanggan bertanya hingga pesanan selesai. Titik-titik komunikasi diberi label inquiry, product information, order confirmation, payment confirmation, processing, shipping, complaint, dan closing. Setiap titik kemudian dilengkapi dengan pertanyaan hukum sederhana: informasi apa yang harus jelas, bukti apa yang perlu disimpan, data apa yang diterima, dan janji apa yang telah disampaikan kepada pelanggan. Cara ini membantu peserta melihat bahwa komunikasi bahasa Inggris bukan lapisan tambahan, tetapi bagian dari prosedur pelayanan.

Topik perlindungan data dipraktikkan melalui contoh daftar pesanan yang memuat nama, nomor telepon, alamat, dan bukti pembayaran. Peserta diajak mengidentifikasi bagian mana yang tidak seharusnya ditampilkan dalam konten promosi. Selanjutnya, peserta berlatih menggunakan kalimat pelayanan seperti “We have received your shipping details” dan “Your information will be used to process this order.” Fasilitator menjelaskan bahwa kalimat tersebut bukan pengganti kebijakan privasi formal, tetapi sarana membangun kebiasaan komunikasi yang lebih sadar terhadap penggunaan data.

Pada topik merek, peserta membuat business identity card sederhana yang memuat nama usaha, kategori produk, ciri produk, target pelanggan, dan kata kunci pembeda. Informasi ini kemudian digunakan untuk membuat profil usaha bilingual. Proses ini membantu mengurangi kecenderungan menerjemahkan slogan secara harfiah. Peserta diarahkan untuk menjaga makna utama, memilih kosakata yang realistis, dan menghindari klaim superlatif yang tidak perlu.

Tabel 2. Integrasi Materi Hukum dan Business English

Isu Edu-Legal	Risiko Praktis	Fungsi Bahasa Inggris	Luaran
Informasi produk	Informasi tidak lengkap atau klaim berlebihan	Describing products	Deskripsi bilingual
Transaksi elektronik	Konfirmasi tidak konsisten dan bukti tercecer	Confirming orders	Template konfirmasi
Perlindungan konsumen	Respons keluhan defensif atau tidak jelas	Handling complaints	Customer response script
Data pribadi	Data pelanggan tersebar atau digunakan ulang	Explaining data use	Checklist data
Merek dan identitas	Identitas tidak konsisten	Introducing a business	Profil usaha bilingual
Perizinan/legalitas	Dokumen dan informasi dasar tidak terpetakan	Explaining business profile	Legal readiness checklist

Pola integrasi tersebut membuat sesi hukum dan bahasa saling menguatkan. Ketika peserta diminta memilih kalimat bahasa Inggris, fasilitator dapat memeriksa akurasi informasi. Sebaliknya, ketika peserta membahas risiko hukum, fasilitator bahasa membantu mengubah rekomendasi menjadi kalimat yang singkat dan dapat digunakan dalam pelayanan. Kolaborasi lintas bidang menjadi karakter utama model ini.

3. Penguatan Kesadaran Hukum melalui Checklist Tindakan Usaha

Salah satu luaran utama kegiatan adalah checklist hukum praktis. Checklist tidak dirancang sebagai instrumen audit kepatuhan dan tidak memberikan status “patuh” atau “tidak patuh”. Fungsinya adalah membantu pelaku UMKM mengajukan pertanyaan yang tepat sebelum memperluas aktivitas digital. Struktur checklist terdiri atas identitas dan legalitas usaha, informasi produk, transaksi dan bukti, pelayanan konsumen, merek dan konten, serta data pelanggan.

Pada bagian identitas dan legalitas, peserta diarahkan untuk menata dokumen dan informasi dasar usaha serta memeriksa ketentuan perizinan yang relevan dengan kegiatan usahanya melalui saluran resmi. Penggunaan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 dalam materi penting karena kerangka penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis risiko telah mengalami pembaruan. Pendampingan sengaja menghindari pemberian daftar izin yang disamaratakan untuk semua peserta, sebab kebutuhan perizinan dapat berbeda berdasarkan klasifikasi dan karakter kegiatan usaha.

Pada bagian informasi produk, checklist memuat pertanyaan mengenai konsistensi nama produk, bahan atau komposisi yang relevan, ukuran, variasi, harga, ketersediaan, cara penggunaan bila diperlukan, dan klaim promosi. Peserta diminta menandai kalimat yang menggunakan kata “pasti”, “100%”, “terbaik”, “aman untuk semua”, atau bentuk klaim absolut lainnya untuk diperiksa kembali. Strategi ini berkaitan dengan prinsip perlindungan konsumen yang menempatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagai unsur penting hubungan pelaku usaha dan konsumen.

Pada bagian transaksi dan bukti, peserta menyusun alur penyimpanan konfirmasi pesanan, pembayaran, perubahan pesanan, dan informasi pengiriman. Diskusi menunjukkan bahwa bukti transaksi tidak selalu harus dipahami sebagai dokumen formal yang rumit. Bagi usaha mikro, langkah awal dapat berupa penamaan folder, pencatatan nomor pesanan, pemisahan percakapan penting, dan penggunaan format konfirmasi yang konsisten. Hal tersebut membantu pelaku usaha merekonstruksi komunikasi apabila muncul perbedaan pemahaman.

Bagian pelayanan konsumen berfokus pada respons awal terhadap pertanyaan dan keluhan. Fasilitator membedakan antara mengakui penerimaan keluhan dan langsung mengakui kesalahan hukum. Peserta dilatih menggunakan respons yang empatik, meminta informasi relevan, memeriksa bukti pesanan, dan menyampaikan langkah tindak lanjut. Dalam bahasa Inggris, pola sederhana yang digunakan antara lain “Thank you for letting us know”, “We are checking your order details”, dan “Please send us a photo of the product received.”

Pada bagian merek dan konten, peserta memeriksa konsistensi nama, logo, foto, dan materi promosi. Mereka juga diingatkan untuk berhati-hati menggunakan foto, musik, desain, atau identitas pihak lain. Pada bagian data pelanggan, fokus diarahkan pada minimisasi data, pembatasan penggunaan sesuai kebutuhan transaksi, dan kehati-hatian saat membagikan tangkapan layar. Pembahasan ini relevan dengan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 yang mengatur hak subjek data dan kewajiban dalam pemrosesan data pribadi.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa checklist lebih mudah diterima dibandingkan materi hukum berbentuk uraian panjang. Peserta dapat membawa satu lembar pertanyaan ke aktivitas usahanya dan menggunakannya untuk memeriksa caption, formulir pesanan, atau template chat. Dari perspektif pemberdayaan, perubahan penting bukan sekadar bertambahnya istilah hukum yang diketahui, melainkan munculnya kebiasaan berhenti sejenak, memeriksa, dan meminta klarifikasi sebelum mengambil keputusan.

4. Business English Fungsional dan Pemanfaatan AI secara Terbimbing

Pembelajaran Business English dilaksanakan dengan pendekatan fungsi komunikasi. Satu fungsi dipelajari melalui pola kalimat inti dan variasi kosakata yang dapat diisi sesuai produk. Untuk introducing a business, peserta menggunakan struktur “We are a small business based in Cisauk” dan “We produce/provide...”. Untuk describing a product, struktur dikembangkan melalui “This product is made from...”, “It is available in...”, dan “It is suitable for...”. Fasilitator mengingatkan bahwa frasa “suitable for” harus diisi berdasarkan penggunaan yang memang dapat dijelaskan oleh pelaku usaha.

Pada aktivitas customer inquiry, peserta berlatih mengenali pertanyaan singkat: “Is this available?”, “Do you have another size?”, “How long is the processing time?”, “Can you ship to...?”, dan “How can I order?”. Jawaban dibangun dari informasi yang telah ditata pada lembar fakta produk. Teknik ini mengurangi beban peserta karena mereka tidak harus membuat kalimat baru setiap kali menerima pertanyaan. Mereka cukup menggunakan bank pola dan mengganti informasi sesuai keadaan.

Pelatihan complaint handling menjadi bagian penting karena pelaku usaha sering merasa cemas menggunakan bahasa Inggris saat menghadapi masalah. Model Edu-Legal English menggunakan empat langkah: acknowledge, clarify, check, respond. Acknowledge berarti menerima pesan dengan sopan. Clarify berarti meminta informasi yang dibutuhkan. Check berarti memeriksa pesanan dan kebijakan usaha. Respond berarti menyampaikan solusi atau langkah berikutnya secara jelas. Pola ini memadukan kesantunan bahasa dan kehati-hatian komunikasi.

AI generatif digunakan pada tahap drafting and variation. Peserta tidak diminta memasukkan seluruh data pelanggan atau dokumen sensitif. Mereka menggunakan informasi produk yang telah dipisahkan dari data pribadi. Contoh prompt yang digunakan adalah: “Make three simple English product descriptions for a small business. Use only these facts: [facts]. Do not add benefits or certifications.” Prompt tersebut sengaja memberikan batasan agar AI tidak menambahkan manfaat, sertifikasi, atau klaim yang tidak disediakan.

Setelah AI menghasilkan teks, peserta melakukan three-check review: fact, meaning, and tone. Fact berarti setiap informasi harus sesuai data usaha. Meaning berarti terjemahan tidak mengubah substansi. Tone berarti kalimat cukup sopan dan sesuai konteks pelanggan. Kohnke et al. (2023) menekankan pentingnya kompetensi digital untuk penggunaan chatbot yang etis dan efektif dalam pembelajaran bahasa. Tinjauan Lo et al. (2024) juga memperlihatkan bahwa penggunaan ChatGPT dalam ESL/EFL memerlukan perhatian terhadap desain belajar dan evaluasi. Dalam program ini, aturan verifikasi menjadi bagian dari kompetensi yang diajarkan, bukan catatan tambahan.

Pendampingan menunjukkan bahwa AI paling membantu ketika peserta telah memiliki lembar fakta produk yang baik. Tanpa fakta yang terstruktur, peserta cenderung memberikan prompt umum dan menerima teks promosi generik. Setelah informasi dasar disusun, AI dapat digunakan untuk menawarkan variasi ekspresi, mempersingkat kalimat, dan membantu latihan. Temuan ini memperkuat posisi manusia sebagai pemilik konteks dan pengambil keputusan. AI berfungsi sebagai linguistic scaffolding, sedangkan kebenaran informasi tetap berasal dari pelaku usaha.

Luaran pada tahap ini berupa bank kalimat Business English yang diklasifikasikan berdasarkan fungsi. Peserta tidak perlu menghafal seluruh kalimat. Dokumen dapat disimpan pada telepon atau WhatsApp Business sebagai referensi. Dengan demikian, pembelajaran bahasa berpindah dari orientasi “menguasai bahasa Inggris secara umum” menuju “mampu menyelesaikan tugas komunikasi usaha tertentu”.

5. Luaran Usaha Bilingual sebagai Indikator Kesiapan Komunikasi Global

Model Edu-Legal English menempatkan luaran sebagai pusat kegiatan. Setiap peserta diarahkan menghasilkan sekurang-kurangnya empat jenis perangkat: profil usaha bilingual, deskripsi produk bilingual, template komunikasi pelanggan, dan checklist hukum praktis. Empat perangkat tersebut dipilih karena dapat digunakan lintas platform dan mudah diperbarui ketika usaha berkembang.

Profil usaha bilingual disusun dengan struktur identitas, lokasi umum, jenis usaha, produk atau jasa utama, karakteristik produk, dan saluran kontak. Struktur ini berbeda dari company profile perusahaan besar. Bahasa dibuat singkat agar dapat digunakan pada bio marketplace, katalog digital, proposal sederhana, atau materi video profil. Pada konteks program EKONOVA yang juga berfokus pada digitalisasi, branding, katalog digital, dan profil usaha, luaran bilingual memperluas fungsi materi yang sebelumnya hanya diarahkan untuk audiens lokal.

Deskripsi produk bilingual menggunakan product fact sheet sebagai sumber. Setiap fakta diperiksa sebelum diterjemahkan. Fasilitator membatasi penggunaan kata sifat promosi dan mendorong informasi konkret. Misalnya, “high quality” tidak otomatis digunakan apabila pelaku usaha tidak dapat menjelaskan indikator yang dimaksud. Kalimat dapat diganti dengan uraian bahan, proses, ukuran, atau kegunaan yang lebih spesifik. Strategi ini sekaligus meningkatkan kualitas komunikasi dan mengurangi kecenderungan klaim umum.

Template komunikasi pelanggan terdiri atas respons untuk pertanyaan ketersediaan, variasi, cara pemesanan, waktu proses, konfirmasi pembayaran, pengiriman, ucapan terima kasih, dan penanganan keluhan awal. Setiap template disusun dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Peserta dapat mengadaptasi kalimat sesuai platform, tetapi informasi inti harus konsisten. Konsistensi menjadi prinsip penting karena perbedaan informasi antara caption, chat, dan konfirmasi pesanan dapat memicu kesalahpahaman.

Checklist hukum praktis berfungsi sebagai layer pemeriksaan sebelum materi dipublikasikan. Peserta meninjau apakah informasi produk sudah sesuai, apakah terdapat klaim yang perlu dibuktikan, apakah foto atau konten dapat digunakan, apakah data pelanggan terlindungi, dan apakah janji layanan telah ditulis secara realistis. Dengan demikian, output bahasa tidak langsung dipublikasikan setelah diterjemahkan; terdapat tahap pemeriksaan berbasis kesadaran hukum.

Tabel 3. Luaran Model Edu-Legal English dan Fungsi Penggunaannya

Luaran	Isi Utama	Fungsi Langsung	Nilai Pemberdayaan
Legal readiness checklist	Pertanyaan identitas, informasi, transaksi, konsumen, merek, dan data	Pemeriksaan mandiri	Membangun kebiasaan preventif
Legal-English glossary	Istilah hukum-bisnis dan padanan sederhana	Referensi cepat	Mengurangi hambatan istilah
Bilingual business profile	Identitas dan narasi usaha	Katalog, video profil, marketplace	Kesiapan presentasi usaha
Bilingual product description	Fakta produk dan informasi pemesanan	Promosi digital	Komunikasi lebih jelas
Customer response templates	Inquiry, confirmation, shipping, complaint	WhatsApp/marketplace	Pelayanan lebih konsisten

Keterhubungan antar-luaran merupakan kekuatan model. Profil usaha memberikan konteks; product fact sheet menyediakan sumber informasi; Business English mengubah informasi menjadi komunikasi; checklist hukum menjadi alat pemeriksaan; dan template pelanggan membantu konsistensi layanan. Rangkaian ini lebih dekat dengan proses kerja UMKM dibandingkan pelatihan yang menghasilkan sertifikat tetapi tidak meninggalkan perangkat operasional.

6. Evaluasi Perubahan Kemampuan dan Refleksi Peserta

Evaluasi kegiatan menggunakan perbandingan kualitatif antara asesmen awal, proses pendampingan, dan luaran akhir. Pendekatan ini dipilih agar artikel tidak hanya menyatakan “peserta memahami materi” berdasarkan kesan umum. Setiap indikator dihubungkan dengan bukti kerja. Kemampuan mengenali risiko dilihat dari lembar kasus; kemampuan membedakan fakta dan klaim dilihat dari revisi deskripsi; kemampuan Business English dilihat dari bank kalimat dan template; sedangkan kemampuan verifikasi AI dilihat dari catatan perubahan antara draft awal dan versi yang disetujui.

Pada awal kegiatan, peserta cenderung menggunakan kategori benar–salah secara umum ketika melihat persoalan hukum. Setelah pendampingan, pola analisis menjadi lebih operasional: informasi apa yang kurang, pihak mana yang terkait, bukti apa yang tersedia, data apa yang digunakan, dan tindakan apa yang perlu dilakukan. Pergeseran ini penting karena kesadaran hukum praktis dimulai dari kemampuan mengidentifikasi masalah sebelum mencari aturan atau bantuan lebih lanjut.

Pada aspek bahasa Inggris, perubahan terlihat pada kecenderungan penggunaan kalimat. Draft awal lebih panjang, menerjemahkan struktur bahasa Indonesia secara langsung, dan menggunakan kata promosi umum. Setelah latihan berbasis fungsi, kalimat menjadi lebih pendek dan berorientasi informasi. Peserta menggunakan pola yang sama untuk berbagai produk dengan mengganti fakta

yang relevan. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan fungsional membantu mengurangi kecemasan dan beban kognitif dalam menggunakan bahasa Inggris.

Pada penggunaan AI, tahap awal memperlihatkan ketertarikan untuk menerima hasil secara langsung. Pendampingan kemudian menambahkan kebiasaan menggarisbawahi informasi yang tidak berasal dari fact sheet. Peserta belajar bahwa teks yang terdengar profesional belum tentu akurat. Praktik ini sejalan dengan literatur yang menekankan peluang dan risiko generative AI dalam pembelajaran bahasa. Li et al. (2024) menunjukkan bahwa bidang ini berkembang cepat, namun tetap memerlukan penelitian dan desain penggunaan yang bertanggung jawab.

Tabel 4. Matriks Perubahan Kemampuan Berdasarkan Bukti Kerja

Aspek	Kondisi pada Asesmen Awal	Bukti setelah Pendampingan	Makna Perubahan
Kesadaran hukum	Masalah dilihat secara umum	Isu diurai menjadi informasi, bukti, data, dan tindakan	Analisis lebih operasional
Informasi produk	Fakta dan promosi bercampur	Fact sheet dan deskripsi direvisi	Informasi lebih terkendali
Business English	Terjemahan langsung dan panjang	Pola kalimat fungsional	Komunikasi lebih sederhana
Pelayanan pelanggan	Respons spontan	Template inquiry dan complaint	Layanan lebih konsisten
Penggunaan AI	Hasil cenderung diterima langsung	Three-check review diterapkan	Verifikasi menjadi kebiasaan
Kesiapan global	Materi usaha dominan satu bahasa	Profil dan produk tersedia secara bilingual	Materi lebih adaptif

Refleksi peserta juga menunjukkan bahwa istilah “legal English” pada awalnya dipersepsikan sebagai bahasa hukum yang sulit. Setelah model diterapkan, peserta memahami bahwa kebutuhan mereka lebih mendasar: mengetahui istilah yang sering muncul dalam hubungan usaha dan mampu menggunakannya secara tepat. Karena itu, nama Edu-Legal English digunakan untuk menegaskan integrasi edukasi hukum dan kemampuan bahasa, bukan pelatihan penerjemahan dokumen hukum profesional.

Hasil kualitatif ini perlu dibaca secara proporsional. Program tidak melakukan pengujian kemampuan bahasa dengan instrumen proficiency test dan tidak memberikan penilaian kepatuhan hukum formal. Indikator yang digunakan adalah kemampuan menyelesaikan tugas usaha yang ditetapkan. Batasan tersebut sekaligus menjaga agar klaim hasil sesuai dengan desain kegiatan pengabdian.

7. Keberlanjutan, Replikasi, dan Implikasi Model

Keberlanjutan program dirancang melalui prinsip reusable learning assets. Checklist, glosarium, fact sheet, dan template tidak berhenti sebagai bahan pelatihan. Dokumen tersebut dapat diperbarui ketika pelaku usaha menambah produk, mengubah metode pemesanan, atau menggunakan platform baru. Pendekatan ini penting karena digitalisasi usaha merupakan proses berulang. Kahveci (2025) menempatkan continuous improvement sebagai bagian penting transformasi digital usaha kecil, sedangkan Anatan dan Nur (2023) menekankan perlunya knowledge transfer yang sesuai dengan kesiapan UMKM.

Dalam konteks Kelurahan Cisauk, model dapat diintegrasikan dengan digitalisasi UMKM, branding, katalog digital, WhatsApp Business, chatbot, dan video profil. Profil bilingual dapat menjadi naskah video; fact sheet menjadi sumber katalog; template respons dapat diadaptasi menjadi quick replies; dan checklist hukum digunakan sebelum publikasi. Integrasi ini menyatukan luaran lintas program.

Replikasi model memerlukan tim multidisipliner. Dosen atau mahasiswa hukum berperan menyederhanakan isu hukum tanpa menghilangkan kehati-hatian. Tim Pendidikan Bahasa Inggris

berperan menyusun fungsi komunikasi, scaffolding, dan latihan berbasis tugas. Tim digitalisasi membantu mengadaptasi output ke platform. Pembagian peran ini lebih realistis daripada meminta satu fasilitator menguasai seluruh bidang. Kolaborasi juga membantu mencegah dua risiko: materi hukum yang terlalu normatif dan materi bahasa yang tidak sesuai konteks usaha.

Model Edu-Legal English dapat dikembangkan dalam tiga tingkat: basic awareness untuk informasi produk, transaksi, data, profil, dan respons pelanggan; market readiness untuk konsistensi lintas platform, inquiry, basic quotation, order summary, dan dokumentasi; serta referral readiness untuk mengenali isu yang harus dirujuk kepada pendamping hukum, konsultan ekspor, penerjemah profesional, atau instansi berwenang.

Dari perspektif pendidikan bahasa, program menunjukkan bahwa community-based ESP dapat dimulai dari artefak nyata milik peserta. Materi tidak harus diawali oleh silabus kosakata umum. Fasilitator dapat mengumpulkan caption, daftar pertanyaan pelanggan, katalog, atau skrip pelayanan, lalu mengelompokkan fungsi bahasa yang muncul. Cara ini membuat pembelajaran lebih relevan dan memberikan immediate use value. Lo et al. (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan AI dalam ESL/EFL berkembang, namun desain pembelajaran tetap menjadi kunci; program ini menguatkan argumen bahwa AI sebaiknya ditempatkan di dalam alur tugas, bukan berdiri sebagai tujuan pelatihan.

Dari perspektif hukum, program menunjukkan bahwa literasi hukum masyarakat dapat diperkuat melalui bahasa tindakan. Istilah seperti perlindungan konsumen, transaksi elektronik, merek, dan data pribadi diterjemahkan menjadi pertanyaan yang dapat dijawab oleh pelaku usaha. Pendekatan tersebut tidak mengurangi pentingnya norma hukum. Sebaliknya, norma menjadi lebih mudah dihubungkan dengan keputusan harian. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 sendiri menempatkan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM sebagai bagian penting kerangka kebijakan.

Keterbatasan kegiatan adalah evaluasi yang kualitatif dan berorientasi luaran. Program belum menggunakan tes bahasa standar atau menilai dampak terhadap omzet dan ekspor. Kebutuhan hukum tiap sektor juga dapat berbeda; karena itu model tidak menggantikan legal due diligence, konsultasi hukum, atau layanan perizinan resmi.

Pengembangan berikutnya dapat menggunakan pre-test–post-test berbasis skenario hukum, rubrik Business English, dan follow-up tiga sampai enam bulan. Studi lanjutan dapat membandingkan pelatihan terpisah dengan model integratif untuk memperkuat bukti efektivitas Edu-Legal English.

D. PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pemberdayaan pelaku UMKM melalui Model Edu-Legal English menunjukkan bahwa literasi hukum dan Business English dapat diintegrasikan dalam satu rangkaian pendampingan berbasis tugas usaha. Model context–risk–language–practice–output–reflection membantu memindahkan materi dari pengetahuan abstrak menuju tindakan praktis. Isu hukum diterjemahkan menjadi checklist dan pertanyaan pemeriksaan, sedangkan fungsi bahasa Inggris diterjemahkan menjadi pola komunikasi yang dapat digunakan dalam profil usaha, deskripsi produk, konfirmasi pesanan, dan pelayanan pelanggan.

Luaran berupa legal readiness checklist, Legal-English glossary, profil dan deskripsi produk bilingual, serta customer response templates memperlihatkan nilai tambah model. Kesadaran hukum mendukung ketepatan informasi, sedangkan Business English memperluas komunikasi. AI membantu menghasilkan variasi bahasa, tetapi verifikasi fakta, makna, dan nada tetap menjadi tanggung jawab manusia.

Saran

1. Kelurahan dan mitra pemberdayaan UMKM disarankan mengintegrasikan literasi hukum praktis ke dalam program digital marketing, marketplace, branding, katalog digital, dan WhatsApp

Business sehingga peningkatan aktivitas promosi diikuti penguatan tata kelola informasi dan transaksi.

2. Program Edu-Legal English perlu dilanjutkan dengan pendampingan berbasis sektor karena kebutuhan informasi, perizinan, klaim produk, dan komunikasi pelanggan dapat berbeda antara usaha makanan, kerajinan, jasa, dan jenis usaha lainnya.
3. Tim pengabdian selanjutnya disarankan menggunakan pre-test–post-test berbasis skenario, rubrik Business English fungsional, dan evaluasi tindak lanjut tiga sampai enam bulan agar efektivitas model dapat diukur secara kuantitatif dan longitudinal.
4. Pemanfaatan generative AI dalam pendampingan UMKM harus disertai aturan verifikasi fakta, perlindungan data, larangan memasukkan informasi sensitif, serta penegasan bahwa AI bukan sumber kepastian hukum.
5. Kolaborasi antara bidang Hukum, Pendidikan Bahasa Inggris, dan digitalisasi usaha perlu dipertahankan untuk mengembangkan modul Edu-Legal English yang lebih terstruktur dan dapat direplikasi pada wilayah pemberdayaan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Indonesia. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Indonesia. (2019). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Indonesia. (2022). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.
- Indonesia. (2024). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Indonesia. (2025). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.
- Kahveci, E. (2025). Digital transformation in SMEs: Enablers, interconnections, and a framework for sustainable competitive advantage. *Administrative Sciences*, 15(3), 107. <https://doi.org/10.3390/admsci15030107>
- Kohnke, L., Moorhouse, B. L., & Zou, D. (2023). ChatGPT for language teaching and learning. *RELJ Journal*, 54(2), 537–550. <https://doi.org/10.1177/00336882231162868>
- Li, B., Lowell, V. L., Wang, C., & Li, X. (2024). A systematic review of the first year of publications on ChatGPT and language education: Examining research on ChatGPT's use in language learning and teaching. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 7, 100266. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100266>
- Lo, C. K. (2023). What is the impact of ChatGPT on education? A rapid review of the literature. *Education Sciences*, 13(4), 410. <https://doi.org/10.3390/educsci13040410>

- Lo, C. K., Yu, P. L. H., Xu, S., Ng, D. T. K., & Jong, M. S. (2024). Exploring the application of ChatGPT in ESL/EFL education and related research issues: A systematic review of empirical studies. *Smart Learning Environments*, 11, 50. <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00342-5>
- Mahapatra, S. (2024). Impact of ChatGPT on ESL students' academic writing skills: A mixed methods intervention study. *Smart Learning Environments*, 11, 9. <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00295-9>
- Xia, Q., Weng, X., Ouyang, F., Lin, T. J., & Chiu, T. K. F. (2024). A scoping review on how generative artificial intelligence transforms assessment in higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21, 40. <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00468-z>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021.

