



Strategi Penjualan “Brithday Cake” Secara Online dalam Mengurangi PHK

Online “Brithday Cake” Sales Strategy to Reduce Employment Layoffs

Herlina Hanum Harahap¹⁾, Eko Putra Bangun²⁾ & Eka Syafrina Monica³⁾

^{1,2)} Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muslim Nusantara AL Washliyah

³⁾ Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Satya Terra Bhinneka

Abstrak

Perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen telah mendorong pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk beradaptasi melalui strategi penjualan berbasis online. Kondisi ini semakin relevan di tengah pandemi Covid-19 yang menyebabkan penurunan omzet dan meningkatkan risiko pemutusan hubungan kerja (PHK). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penjualan birthday cake secara online sebagai upaya meningkatkan pendapatan usaha dan mengurangi risiko PHK dari perspektif hukum ketenagakerjaan. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif-empiris dengan pendekatan kualitatif, melalui kajian peraturan perundang-undangan di bidang ketenagakerjaan serta penelitian lapangan berupa wawancara, observasi, dan studi dokumentasi pada pelaku UMKM birthday cake. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, sistem pre-order, layanan kustomisasi produk, dan kerja sama dengan layanan pesan antar mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan jumlah pesanan, dan menjaga stabilitas usaha. Peningkatan pendapatan tersebut berdampak langsung pada kemampuan pelaku UMKM dalam mempertahankan tenaga kerja. Dengan demikian, strategi penjualan online tidak hanya berfungsi sebagai upaya adaptasi ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen preventif dalam menekan terjadinya PHK.

Kata kunci: strategi penjualan online; UMKM; pemutusan hubungan kerja.

Abstract

The development of digital technology and changes in consumer behavior have encouraged micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to adapt through online-based sales strategies. This condition has become increasingly relevant during the Covid-19 pandemic, which caused revenue declines and increased the risk of employment termination. This study aims to analyze online birthday cake sales strategies as an effort to increase business income and reduce the risk of layoffs from a labor law perspective. The research employs a normative-empirical juridical method with a qualitative approach, combining an analysis of labor law regulations with field research through interviews, observations, and documentation studies of birthday cake MSMEs. The findings indicate that the use of social media, pre-order systems, product customization services, and collaboration with delivery platforms can expand market reach, increase order volumes, and maintain business stability. Increased revenue directly affects MSMEs' ability to retain their workforce. Therefore, online sales strategies function not only as an economic adaptation but also as a preventive instrument to reduce the occurrence of employment termination.

Keywords: online sales strategy; MSMEs; employment termination.

How to Cite: Harahap, H.H., Bangun, E.P. & Monika, E.S. (2025), Strategi Penjualan “Brithday Cake” Secara Online Dalam Mengurangi PHK. *JUNCTO: Jurnal Ilmiah Hukum*, 7(2) 2025: 191-198



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam struktur sosial dan ekonomi masyarakat modern. Digitalisasi telah menggeser pola konsumsi dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis platform daring yang menekankan efisiensi, kecepatan, dan kemudahan akses (Soekanto, 1983; Muhammad, 2009). Perubahan ini berdampak langsung terhadap pelaku usaha di berbagai sektor, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang selama ini menjadi penopang utama perekonomian nasional (Husni, 2016).

UMKM memiliki peran strategis dalam penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan. Namun demikian, krisis ekonomi yang dipicu oleh pandemi Covid-19 telah menempatkan UMKM pada posisi yang sangat rentan. Pembatasan aktivitas sosial, penurunan daya beli masyarakat, serta perubahan perilaku konsumen menyebabkan banyak UMKM mengalami penurunan omzet secara signifikan (Rahmi, 2021; Surya, 2023). Kondisi tersebut memaksa sebagian pelaku usaha melakukan efisiensi melalui pengurangan tenaga kerja atau pemutusan hubungan kerja (PHK) (Khakim, 2003; Asyhadie & Kusuma, 2019).

PHK merupakan persoalan serius dalam perspektif hukum ketenagakerjaan karena menyangkut hak asasi pekerja untuk memperoleh pekerjaan dan penghidupan yang layak sebagaimana dijamin dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (Wijayanti, 2003; Subkhi, 2012). Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan menegaskan bahwa PHK harus dihindari sejauh mungkin dan hanya dapat dilakukan sebagai langkah terakhir setelah upaya pencegahan dilakukan (Khakim, 2003; Husni, 2016). Oleh karena itu, pendekatan preventif melalui penguatan ketahanan usaha menjadi sangat penting dalam menekan angka PHK.

Salah satu bentuk adaptasi yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah pemanfaatan teknologi digital melalui strategi penjualan online. Digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa keterbatasan geografis serta menekan biaya operasional usaha (Nurharista & Ralita, 2020; Rahmi, 2021). Transformasi digital ini menjadi semakin relevan di sektor kuliner yang sangat bergantung pada mobilitas dan interaksi konsumen.

Usaha penjualan birthday cake merupakan salah satu bentuk UMKM di sektor kuliner yang memiliki karakteristik khusus. Produk birthday cake bersifat personal, berbasis kreativitas, dan memiliki nilai emosional tinggi bagi konsumen. Perkembangan media sosial mendorong meningkatnya permintaan terhadap kue ulang tahun dengan desain kustom yang unik dan menarik secara visual (Syailendra, 2024; Rahmi, 2021). Media sosial seperti Instagram dan TikTok berfungsi tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi dan pembentukan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen (Surya, 2023; Nurharista & Ralita, 2020).

Kota Medan sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia memiliki dinamika ekonomi yang kompleks dan kompetitif. Pertumbuhan ekonomi Kota Medan ditopang oleh sektor informasi dan komunikasi serta sektor penyediaan makanan dan minuman yang menunjukkan pertumbuhan signifikan (Surya et al., 2023; Nurharista & Ralita, 2020). Pertumbuhan sektor ini berbanding lurus dengan kebutuhan tenaga kerja, sehingga keberlangsungan usaha UMKM menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas ketenagakerjaan di daerah.

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan meningkatnya angka PHK di Kota Medan dan mendorong masyarakat untuk beralih ke sektor wirausaha berbasis digital (Syailendra, 2024). Penjualan online menjadi alternatif yang dianggap paling adaptif karena dapat dilakukan dengan

modal relatif kecil dan fleksibilitas tinggi. Dalam konteks ini, strategi penjualan birthday cake secara online berpotensi meningkatkan pendapatan pelaku usaha sekaligus mempertahankan tenaga kerja yang ada (Rahmi, 2021; Nurharista & Ralita, 2020).

Dari perspektif hukum, perlindungan tenaga kerja tidak hanya diwujudkan melalui pemberian pesangon setelah PHK, tetapi juga melalui kebijakan dan strategi yang mampu menjaga keberlangsungan usaha (Wijayanti, 2003; Asyhadie & Kusuma, 2019). Strategi pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan daya saing UMKM dan menciptakan stabilitas ekonomi yang berdampak langsung pada keberlangsungan hubungan kerja (Subkhi, 2012; Husni, 2016).

Berdasarkan uraian tersebut, strategi penjualan birthday cake secara online memiliki relevansi multidimensional, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun hukum. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengkaji bagaimana strategi penjualan digital dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan usaha serta mengurangi risiko PHK pada pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan kebijakan perlindungan tenaga kerja berbasis penguatan UMKM..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis normatif-empiris, yang dalam praktiknya memadukan kajian hukum normatif dengan penelitian lapangan (field research). Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum ketenagakerjaan yang mengatur pemutusan hubungan kerja (PHK) serta mengaitkannya dengan fakta empiris mengenai strategi penjualan birthday cake secara online yang diterapkan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam rangka mempertahankan keberlangsungan usaha dan tenaga kerja

Pendekatan yuridis normatif dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang relevan, antara lain Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, peraturan pelaksana di bidang ketenagakerjaan, serta doktrin dan literatur hukum yang berkaitan dengan perlindungan tenaga kerja dan pencegahan PHK. Kajian ini bertujuan untuk memahami prinsip, asas, dan norma hukum yang mengatur kewajiban pengusaha dalam menghindari PHK serta perlindungan hak pekerja apabila PHK tidak dapat dihindari.

Selanjutnya, pendekatan empiris dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai penerapan strategi penjualan online pada usaha birthday cake serta dampaknya terhadap peningkatan pendapatan dan keberlangsungan tenaga kerja. Penelitian empiris ini dilaksanakan dengan cara wawancara kepada pelaku UMKM penjual birthday cake, observasi terhadap praktik pemasaran digital yang digunakan (media sosial, marketplace, dan layanan pesan antar), serta studi dokumentasi terhadap data penjualan dan aktivitas promosi yang relevan. Data empiris tersebut digunakan untuk menilai sejauh mana strategi penjualan online berkontribusi dalam mencegah terjadinya PHK.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dan observasi terhadap pelaku UMKM birthday cake. Sementara itu, data sekunder meliputi bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, bahan hukum sekunder berupa buku teks, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu, serta bahan hukum tersier yang mendukung pemahaman konsep dan istilah hukum.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, yaitu dengan mengolah dan menginterpretasikan data hukum dan data empiris secara sistematis untuk menjawab permasalahan penelitian. Analisis dilakukan dengan cara menghubungkan ketentuan hukum ketenagakerjaan dengan praktik strategi penjualan online yang diterapkan oleh UMKM, sehingga

dapat ditarik kesimpulan mengenai peran strategi penjualan birthday cake secara online dalam mengurangi risiko pemutusan hubungan kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Penjualan Birthday Cake Secara Online pada UMKM

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola pemasaran dan penjualan produk UMKM, termasuk usaha birthday cake. Berdasarkan hasil penelitian lapangan, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di sektor ini mengalami perubahan strategi penjualan dari pola konvensional berbasis toko fisik menuju penjualan berbasis platform digital. Perubahan tersebut tidak hanya dipicu oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh kondisi eksternal seperti pandemi Covid-19 yang membatasi interaksi langsung antara penjual dan konsumen.

Sebelum memanfaatkan penjualan online, pelaku UMKM birthday cake umumnya mengandalkan sistem pemesanan langsung di toko atau melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Model ini memiliki keterbatasan jangkauan pasar serta sangat bergantung pada mobilitas konsumen. Dalam kondisi krisis, pola penjualan tersebut terbukti tidak mampu menopang keberlangsungan usaha secara optimal. Oleh karena itu, pelaku UMKM mulai melakukan adaptasi dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana utama dalam memasarkan produk mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi platform yang paling banyak digunakan dalam strategi penjualan birthday cake secara online. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook dimanfaatkan sebagai etalase digital untuk menampilkan produk. Pelaku usaha secara aktif mengunggah foto dan video birthday cake dengan berbagai desain, tema, dan ukuran yang disesuaikan dengan permintaan konsumen. Konten visual yang menarik menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen, mengingat produk birthday cake memiliki karakteristik visual dan nilai estetika yang tinggi.

Selain sebagai sarana promosi, media sosial juga berfungsi sebagai media komunikasi langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen dapat dengan mudah melakukan pemesanan, menanyakan harga, serta menyampaikan permintaan desain khusus melalui fitur pesan atau komentar. Interaksi yang cepat dan responsif terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha. Dalam praktiknya, kecepatan respon dan keramahan pelayanan menjadi salah satu faktor penentu keputusan pembelian konsumen.

Strategi penjualan online yang diterapkan oleh pelaku UMKM birthday cake tidak hanya terbatas pada promosi produk, tetapi juga mencakup penerapan sistem layanan yang fleksibel. Salah satu strategi yang dominan adalah penerapan sistem pre-order. Sistem ini memungkinkan pelaku usaha mengatur jadwal produksi dengan lebih efisien serta meminimalkan risiko kerugian akibat produk tidak terjual. Dengan sistem pre-order, produksi dilakukan berdasarkan pesanan yang masuk, sehingga bahan baku, waktu kerja, dan tenaga kerja dapat dikelola secara lebih terencana.

Selain itu, layanan kustomisasi desain menjadi keunggulan utama dalam penjualan birthday cake secara online. Konsumen diberikan kebebasan untuk menentukan tema, warna, bentuk, serta tulisan pada kue sesuai dengan kebutuhan acara. Strategi ini memberikan nilai tambah yang tidak selalu ditemukan pada produk kue siap jual di toko konvensional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan kustomisasi meningkatkan daya tarik produk sekaligus memungkinkan pelaku UMKM menetapkan harga yang lebih kompetitif sesuai dengan tingkat kerumitan desain.

Dalam menunjang efektivitas penjualan online, pelaku UMKM juga memanfaatkan layanan pesan antar atau kurir online. Kerja sama dengan layanan pengantaran memungkinkan produk birthday cake dikirim langsung ke lokasi konsumen tanpa harus datang ke toko. Hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen serta memperluas jangkauan pemasaran hingga ke wilayah di luar lokasi usaha. Dengan adanya layanan ini, pelaku UMKM tidak lagi bergantung pada konsumen di sekitar toko fisik, melainkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Dari sisi promosi, strategi yang diterapkan cukup beragam. Pelaku UMKM memanfaatkan momen tertentu seperti ulang tahun, hari besar, atau perayaan khusus sebagai momentum promosi. Beberapa pelaku usaha menerapkan strategi diskon, paket bundling, atau bonus kecil untuk menarik minat konsumen. Selain itu, penggunaan testimoni pelanggan dan dokumentasi hasil pesanan sebelumnya turut memperkuat citra usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen baru.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konsistensi dalam mengelola konten digital menjadi faktor penting dalam keberhasilan strategi penjualan online. Pelaku UMKM yang secara rutin memperbarui konten promosi cenderung memiliki tingkat interaksi yang lebih tinggi dengan konsumen. Konten yang menampilkan proses pembuatan kue, kebersihan dapur produksi, serta keahlian pembuat kue mampu membangun persepsi positif terhadap kualitas produk dan profesionalitas usaha.

Meskipun demikian, penerapan strategi penjualan birthday cake secara online tidak terlepas dari berbagai kendala. Salah satu kendala utama yang ditemukan adalah keterbatasan kemampuan digital sebagian pelaku UMKM. Tidak semua pelaku usaha memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan media sosial, pembuatan konten, maupun strategi pemasaran digital. Kondisi ini menyebabkan efektivitas promosi menjadi tidak maksimal apabila tidak diimbangi dengan peningkatan literasi digital.

Selain itu, persaingan usaha di platform digital juga menjadi tantangan tersendiri. Banyaknya pelaku usaha sejenis yang memanfaatkan media sosial menyebabkan persaingan harga dan kualitas menjadi semakin ketat. Dalam situasi tersebut, pelaku UMKM dituntut untuk terus berinovasi, baik dari segi desain produk, kualitas layanan, maupun strategi pemasaran agar tetap mampu bersaing dan mempertahankan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penjualan birthday cake secara online telah menjadi bentuk adaptasi yang efektif bagi pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha. Pemanfaatan media digital, layanan kustomisasi, sistem pre-order, serta dukungan layanan pesan antar mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Strategi ini tidak hanya berpengaruh terhadap peningkatan penjualan, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam menjaga keberlangsungan usaha UMKM di sektor kuliner..

Strategi Penjualan Online sebagai Upaya Mengurangi Risiko Pemutusan Hubungan Kerja dalam Perspektif Hukum Ketenagakerjaan

Pemutusan hubungan kerja (PHK) merupakan persoalan serius dalam hubungan industrial karena berdampak langsung pada keberlangsungan hidup pekerja dan keluarganya. Dalam perspektif hukum ketenagakerjaan, PHK tidak dipandang semata-mata sebagai keputusan manajerial, melainkan sebagai tindakan hukum yang harus dilakukan secara hati-hati dan hanya sebagai langkah terakhir. Oleh karena itu, setiap upaya yang dapat menjaga keberlangsungan usaha dan mempertahankan tenaga kerja memiliki relevansi hukum yang kuat sebagai bentuk pencegahan PHK.

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, ditemukan bahwa penurunan omzet usaha menjadi faktor utama yang mendorong terjadinya PHK pada pelaku UMKM. Ketika pendapatan usaha tidak mampu menutupi biaya operasional, termasuk pembayaran upah pekerja, pelaku usaha cenderung melakukan pengurangan tenaga kerja sebagai bentuk efisiensi. Kondisi ini menunjukkan bahwa stabilitas usaha memiliki keterkaitan langsung dengan keberlangsungan hubungan kerja. Dengan demikian, strategi yang mampu meningkatkan pendapatan usaha secara berkelanjutan dapat dipandang sebagai instrumen preventif terhadap terjadinya PHK.

Dalam konteks UMKM birthday cake, penerapan strategi penjualan secara online terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha. Penjualan berbasis digital memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan jumlah pesanan, serta menjaga kontinuitas produksi. Peningkatan aktivitas produksi tersebut secara langsung berimplikasi pada kebutuhan tenaga kerja, sehingga pekerja yang ada tetap dipertahankan untuk memenuhi permintaan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penjualan online berperan sebagai faktor pendukung dalam menjaga hubungan kerja antara pelaku usaha dan pekerja.

Dari perspektif hukum, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan menegaskan bahwa pengusaha wajib mengupayakan pencegahan PHK. PHK hanya dapat dilakukan apabila segala upaya untuk mempertahankan hubungan kerja telah ditempuh dan tidak membuahkan hasil. Upaya pencegahan tersebut tidak hanya terbatas pada perundingan atau pengaturan ulang hubungan kerja, tetapi juga mencakup langkah-langkah strategis untuk menjaga keberlangsungan usaha. Dalam hal ini, strategi penjualan online dapat dipandang sebagai bentuk ikhtiar pengusaha untuk mempertahankan usaha agar tetap berjalan dan mampu membayar upah pekerja.

Strategi penjualan birthday cake secara online juga mencerminkan prinsip kemanfaatan hukum. Hukum ketenagakerjaan tidak hanya bertujuan memberikan kepastian hukum, tetapi juga harus memberikan manfaat nyata bagi para pihak dalam hubungan kerja. Dengan meningkatnya pendapatan usaha melalui penjualan online, manfaat hukum tidak hanya dirasakan oleh pengusaha, tetapi juga oleh pekerja yang tetap memperoleh pekerjaan dan penghasilan. Prinsip ini sejalan dengan tujuan perlindungan tenaga kerja yang menempatkan pekerja sebagai subjek hukum yang harus dilindungi dari risiko kehilangan pekerjaan secara sepihak.

Selain prinsip kemanfaatan, penerapan strategi penjualan online juga berkaitan dengan prinsip keadilan dalam hubungan kerja. Pengusaha yang melakukan berbagai upaya adaptif untuk mempertahankan usaha menunjukkan adanya itikad baik dalam menjalankan hubungan kerja. Itikad baik tersebut tercermin dari usaha pengusaha untuk tidak serta-merta melakukan PHK ketika menghadapi kesulitan ekonomi, melainkan mencari alternatif solusi yang memungkinkan usaha tetap berjalan. Dalam perspektif hukum, sikap ini mencerminkan keseimbangan kepentingan antara pengusaha dan pekerja.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan melalui penjualan online tidak hanya mencegah PHK, tetapi dalam beberapa kasus justru membuka peluang kerja baru. Ketika jumlah pesanan meningkat secara signifikan, pelaku UMKM membutuhkan tambahan tenaga kerja untuk membantu proses produksi, pengemasan, dan pengantaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi penjualan online memiliki potensi ganda, yaitu tidak hanya mencegah PHK, tetapi juga berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja baru, khususnya di sektor informal dan UMKM.

Dalam kerangka hukum ketenagakerjaan, upaya penguatan UMKM melalui strategi digital juga memiliki implikasi sosial yang luas. UMKM merupakan salah satu sektor yang menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Oleh karena itu, keberlangsungan UMKM memiliki pengaruh signifikan terhadap stabilitas ketenagakerjaan di daerah. Dengan mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan strategi penjualan online, secara tidak langsung pemerintah dan masyarakat turut berkontribusi dalam menekan angka PHK dan mengurangi potensi pengangguran.

Meskipun demikian, perlu disadari bahwa strategi penjualan online bukanlah solusi tunggal dalam mencegah PHK. Terdapat sejumlah tantangan yang dapat memengaruhi efektivitas strategi tersebut, seperti keterbatasan kemampuan digital pelaku usaha, fluktuasi permintaan pasar, serta persaingan usaha yang semakin ketat. Dari perspektif hukum, tantangan ini menuntut adanya dukungan kebijakan yang lebih komprehensif, termasuk pelatihan digital bagi pelaku UMKM dan perlindungan hukum yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

Dalam perspektif hukum ketenagakerjaan, strategi penjualan online dapat diposisikan sebagai bagian dari pendekatan non-litigasi dalam pencegahan PHK. Artinya, penyelesaian persoalan ketenagakerjaan tidak selalu harus dilakukan melalui mekanisme hukum formal seperti peradilan, tetapi dapat dicegah sejak awal melalui penguatan aspek ekonomi usaha. Pendekatan ini sejalan dengan semangat hukum ketenagakerjaan yang mengedepankan pencegahan konflik dan perlindungan hubungan kerja yang harmonis.

Dengan demikian, strategi penjualan birthday cake secara online tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai hukum dan sosial. Strategi ini menjadi bukti bahwa adaptasi usaha terhadap perkembangan teknologi dapat berkontribusi langsung terhadap perlindungan tenaga kerja. Dalam kerangka hukum ketenagakerjaan, upaya tersebut dapat dipandang sebagai bentuk tanggung jawab pengusaha dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan usaha dan perlindungan pekerja.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi penjualan birthday cake secara online merupakan bentuk adaptasi yang efektif bagi pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha, khususnya akibat digitalisasi dan dampak pandemi Covid-19. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi, penerapan sistem pre-order, layanan kustomisasi produk, serta dukungan layanan pesan antar terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Strategi tersebut tidak hanya meningkatkan daya tarik produk dan kepercayaan konsumen, tetapi juga mendorong peningkatan volume penjualan secara berkelanjutan. Meskipun masih dihadapkan pada kendala seperti keterbatasan literasi digital dan tingginya persaingan usaha, secara umum strategi penjualan online telah menjadi fondasi penting dalam menjaga keberlangsungan usaha UMKM birthday cake di sektor kuliner.

Dari perspektif hukum ketenagakerjaan, strategi penjualan online dapat disimpulkan sebagai instrumen preventif yang berkontribusi signifikan dalam mengurangi risiko pemutusan hubungan kerja (PHK) pada pelaku UMKM. Peningkatan pendapatan usaha melalui penjualan digital berdampak langsung pada stabilitas keuangan usaha, sehingga pengusaha memiliki kemampuan untuk mempertahankan tenaga kerja dan memenuhi kewajiban pembayaran upah. Hal ini sejalan dengan prinsip hukum ketenagakerjaan yang menempatkan PHK sebagai langkah terakhir setelah seluruh upaya pencegahan dilakukan. Selain mencerminkan prinsip kemanfaatan dan keadilan, penerapan strategi penjualan online juga menunjukkan itikad baik pengusaha dalam menjaga keberlangsungan hubungan kerja. Dengan demikian, strategi ini tidak

**Herlina Hanum Harahap, Eko Putra Bangun & Eka yafrina Monica, Strategi Penjualan “Brithday Cake”
Secara Online Dalam Mengurangi PHK**

hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai hukum dan sosial dalam mendukung perlindungan tenaga kerja serta stabilitas ketenagakerjaan di sektor UMKM.

REFERENSI

- Abdul Khakim. (2003). *Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Abdul Khakim. (2003). *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Abdul Kadir Muhammad. (2009). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Andi Surya. (2023). Penyuluhan Strategi Pengelolaan Bisnis di Era New Normal. *ANDASIH*, 1(1).
- Asri Wijayanti. (2003). *Perlindungan Hukum bagi Buruh Indonesia*. Jakarta: Bina Aksara.
- Bambang Waluyo. (2002). *Penelitian Hukum dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ediartus Adisu & Lebertus Jehani. (2007). *Hak-Hak Pekerja Perempuan*. Tangerang: Visi Media.
- H. Zaenal Asyhadie & Rahmawati Kusuma. (2019). *Hukum Ketenagakerjaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lalu Husni. (2016). *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nanda Rahmi. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Aceh*, 1(2).
- Regina Ayu Nurharista & Ralita. (2020). Penerapan Strategi Online Marketing UMKM pada Era Normal Baru.
- Soerjono Soekanto. (1983). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sri Mamudji. (2001). *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Syailendra. (2024). Strategi Bisnis UMKM untuk Naik Kelas Pasca Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 15(1).
- Surya, A., et al. (2023). Pertumbuhan Ekonomi dan UMKM di Kota Medan.
- Yusuf Subkhi. (2012). *Perlindungan Tenaga Kerja Alih Daya*. Malang: UIN Maliki Press.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1970 tentang Keselamatan Kerja.
- Peraturan Menteri Tenaga Kerja No. 1 Tahun 1978 tentang K3.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Peraturan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Nomor 6 Tahun 2018 tentang Ketenagakerjaan.