



Pengaturan Hukum Pasar Digital dalam Memperkuat Dukungan terhadap UMKM di Platform E-commerce

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Rahmi Nuraini Puspawardani Universitas Negeri Gorontalo rahminuraini03@gmail.com	ISSN: 3046-8507 Vol. 2, No. 1, Maret 2025 http://almufi.com/index.php/ASH
Nirwan Junus Universitas Negeri Gorontalo nirwan.junus@ung.ac.id	
Nurul Fazri Elfikri Universitas Negeri Gorontalo nurulfazri@ung.ac.id	

© 2025 Almufi All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Puspawardani, Junus, N., & Elfikri, N. F. (2025). Pengaturan Hukum Pasar Digital dalam Memperkuat Dukungan terhadap UMKM di Platform E-commerce. *Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2 (1), 1-5.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Bagaimana Pengaturan Hukum Pasar Digital Dalam Memperkuat Dukungan Terhadap UMKM Di Platform E-commerce. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normative dengan pendekatan perundang-undangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaturan hukum yang ada saat ini belum memadai untuk melindungi UMKM dalam ekosistem pasar digital. Analisis data mengungkapkan bahwa mayoritas UMKM menghadapi tantangan dalam memahami kebijakan platform e-commerce, terutama yang terkait dengan algoritma peringkat dan sistem keamanan data. Lebih dari 70% responden melaporkan kurangnya pengetahuan tentang perlindungan data pelanggan dan menyatakan bahwa proses pengelolaan data yang ada masih rentan terhadap serangan siber. Selain itu, temuan penelitian ini juga menunjukkan adanya praktik persaingan tidak sehat, seperti predatory pricing, yang dilakukan oleh pelaku usaha besar dan berdampak negatif pada keberlangsungan UMKM di platform e-commerce. Meskipun peraturan seperti Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi dan Anti Monopoli telah ada, penerapannya di lapangan masih lemah dan memerlukan harmonisasi regulasi yang lebih komprehensif untuk melindungi kepentingan UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dukungan regulasi yang adaptif, peningkatan literasi digital, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif adalah kunci untuk menciptakan lingkungan digital yang aman dan berkelanjutan bagi UMKM di Indonesia.

Kata Kunci: Pengaturan Hukum, Digital, UMKM, E-Commerce

Abstract

This research aims to find out how the legal regulation of the digital market in strengthening support for MSMEs on the e-commerce platform. The research method used in this research is a normative legal research method with a statutory approach. The results of this study indicate that the current legal arrangements are inadequate to protect MSMEs in the digital market ecosystem. Data analysis revealed that the majority of MSMEs face challenges in understanding e-commerce platform policies, especially those related to ranking algorithms and data security systems. More than 70% of respondents reported a lack of knowledge about customer data protection and stated that existing data management processes are still vulnerable to cyberattacks. In addition, the findings of this study also show that there are unfair competition practices, such as predatory pricing, carried out by large businesses and have a negative impact on the sustainability of MSMEs on e-commerce platforms. Although regulations such as the Personal Data Protection and Anti-Monopoly Laws already exist, their implementation in the field is still weak and requires more comprehensive regulatory harmonization to protect the interests of MSMEs. This study concludes that adaptive regulatory support, improved digital literacy, and effective dispute resolution mechanisms are key to creating a safe and sustainable digital environment for MSMEs in Indonesia.

Keywords: Legal Regulation, Digital, MSMEs, E-Commerce

A. Pendahuluan

Di era digital economics perkembangan teknologi semakin pesat dan cepat, evolusi yang terjadi menyebabkan banyaknya perubahan, Pesatnya kemajuan teknologi, dunia digital, dan internet tentu saja turut memengaruhi bidang pemasaran. Berkat teknologi dan internet, jarak bukan lagi menjadi kendala untuk melakukan transaksi penjualan. Istilah e-commerce merujuk pada sistem perdagangan daring yang mempertemukan penjual dan pembeli melalui internet.(Putri, 2023)

Transformasi digital ialah istilah yang digunakan di dunia akademis untuk menggambarkan perubahan dalam suatu organisasi yang disebabkan oleh kemajuan teknologi, sehingga terciptalah transformasi digital. Sektor bisnis baru yang dimanfaatkan lebih banyak oleh metodologi yang didorong oleh informasi dapat membuka pintu untuk memperoleh keuntungan baru di pasar sebagai hasil dari reorientasi model bisnis.(Allister et al., 2022)

E-commerce telah menjadi kekuatan utama dalam mengubah lanskap bisnis global, khususnya bagi UMKM. Peran e-commerce dalam pemasaran produk UMKM telah menjadi salah satu faktor krusial dalam mengangkat potensi dan menjangkau pasar yang lebih luas bagi para pelaku usaha kecil. Mengintegrasikan teknologi digital dengan proses pemasaran produk telah membuka pintu bagi UMKM untuk bersaing secara signifikan dalam pasar yang semakin terhubung secara global. Dengan hadirnya platform e-commerce, UMKM dapat memperluas jangkauan mereka, menawarkan produk secara lebih efisien, dan mengoptimalkan strategi pemasaran yang sebelumnya terbatas oleh keterbatasan geografis. . Selain itu, e-commerce dianggap dapat menawarkan pendekatan baru untuk mengatasi keterbatasan keahlian karyawan UMKM dalam hal melakukan transaksi daring dan memanfaatkan platform daring. Pada bulan Maret 2017, Kementerian Komunikasi dan Informasi telah mendaftarkan 100 ribu UMKM di 30 kota untuk beralih ke daring. Pemerintah menargetkan 8 juta UMKM dapat beralih ke daring pada tahun 2020, yang akan menguntungkan mereka sebagai pintu gerbang ke pasar internasional.(Darmaningrum et al., 2024)

Tidak mungkin untuk mengabaikan tren digitalisasi saat ini baik pihak konsumen maupun pelaku usaha akan memberikan dampak yang signifikan. Tantangan terhadap pihak konsumen saat ini yakni konsumen lebih memilih belanja dan bertransaksi secara online yang tentunya akses nya lebih mudah dan tersedia berbagai pilihan produk dan layanan, namun tentunya hal ini dapat meningkatkan resiko terhadap permasalahan privasi dan keamanan data serta beberapa permasalahan terkait hak-hak konsumen yang ada. Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 ialah kerangka hukum utama yang berperan penting dalam melindungi konsumen dan mengawasi transaksi elektronik, khususnya di tengah tantangan digital modern terkait privasi dan keamanan data. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 berfokus pada hak-hak konsumen, memastikan transparansi dalam transaksi elektronik, dan menegakkan peraturan privasi oleh penyedia layanan untuk

mengatasi masalah seperti manipulasi pasar dan melindungi privasi serta hak informasi.(Lathifah, 2014)

Entitas bisnis sudah pasti mulai beralih ke ranah digital agar tetap kompetitif dengan bisnis lain yang telah mengintegrasikan platform daring ke dalam operasinya. Entitas bisnis berupaya keras untuk berinovasi melalui pengembangan beragam situs web dan aplikasi digital untuk belanja daring, yang melayani konsumen yang lebih suka bertransaksi tanpa interaksi fisik dengan penjual, tanpa memandang batas geografis

Berbagai resiko permasalahan dapat terjadi dalam situasi ini dimana digitalisasi memudahkan bisnis dari berbagai negara masuk ke pasar lokal begitupun sebaliknya. UMKM atau pelaku usaha kecil sering kali kesulitan bersaing dengan perusahaan multinasional yang memiliki sumber daya lebih besar terutama jika tidak mampu bersaing dari segi harga, kualitas produk, atau kecepatan inovasi dalam melakukan praktik persaingan usaha.(Moha & Sukarmi, 2020)

Perubahan pasar yang cepat, serta akses global yang mudah membuat perusahaan lebih rentan terlibat dalam praktik-praktik persaingan yang tidak adil termasuk Praktik perang harga dan promosi tidak wajar yang bisa dijalankan oleh para pelaku usaha, Predatory Pricing Jual Rugi, Self Preferencing Preferensi Diri, Bundling Penggabungan Produk dan Tying Pengikatan, tentu akan menghilangkan posisi tawar-menawar konsumen dengan pelaku usaha karena praktik yang tidak sehat dan hanya akan menyisakan satu pemain dominan di pasar. Dengan menghalangi pesaing baru, perusahaan mungkin bisa mendominasi pasar, tetapi ini mengakibatkan penurunan dinamika pasar dan daya saing yang lebih rendah, sehingga dapat menurunkan kualitas produk, juga terjadi kenaikan harga, yang pada akhirnya dapat mengurangi kesejahteraan konsumen dan merugikan ekonomi secara keseluruhan.(Nurjaman, 2022)

Dari sisi hukum persaingan usaha di Indonesia, praktik-praktik ini dilarang sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Predatory pricing diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yang berisi “Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.” Meskipun demikian, bukti dan kontrol masih dapat menimbulkan celah hukum karena tidak ada standar pasti untuk menentukan harga yang lebih rendah dari biaya produksi.(Oktaviani et al., 2023)

Self Preferencing tidak disebutkan secara spesifik dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, namun bisa ditindak melalui aturan terkait penyalahgunaan posisi dominan dalam Pasal 25 ayat (1) yang berisi “Pelaku usaha dilarang memakai posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk (a.) menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas atau (b) membatasi pasar dan pengembangan teknologi; atau (c). menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan.” Praktik ini belum secara eksplisit diatur, terutama dalam konteks ekonomi digital dan platform online, begitupun Bundling dan tying diatur dalam Pasal 15 ayat (2) tentang perjanjian tertutup (*exclusive dealing*) yang berisi “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok”. Tetapi aturan ini belum memberikan pedoman spesifik untuk mengatasi bundling dalam skala yang lebih kompleks, terutama pada platform digital, dan Tying tidak ada peraturan khusus yang menjelaskan lebih rinci tentang kapan tying dianggap melanggar persaingan usaha. Sehingga bisa menyebabkan adanya celah hukum seperti adanya ketidakpastian hukum, Peluang untuk Penyalahgunaan, Keterbatasan dalam penegakan dan lainnya.(Oktaviani et al., 2023)

Dilansir dari Kompas.Com Pada tahun 2022, TikTok Shop dituduh menawarkan produk dengan harga yang sangat rendah, jauh di bawah harga pasar yang berlaku. Ini dijalankan untuk menarik perhatian konsumen dan memperluas basis pengguna di platformnya, tidak jarang harga yang ditawarkan oleh penjual di TikTok Shop lebih rendah dari biaya produksi yang membuat banyak pelaku pasar terutama penjual di platform lain khawatir.(Catriana & KompasCom, n.d.) Kementerian Perdagangan dan lembaga anti monopoli, mulai melakukan investigasi terhadap praktik harga yang diterapkan oleh TikTok, termasuk pemeriksaan tentang apakah praktik tersebut memenuhi kriteria predatory pricing dan dampaknya terhadap kompetisi di pasar. Namun Hingga saat ini, kasus ini masih dalam proses investigasi dan diskusi

antara regulator, TikTok, dan pelaku pasar lainnya. Apabila dugaan praktik predatory pricing oleh TikTok Shop terbukti, maka hal tersebut bisa dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, karena praktik ini dapat mengarah pada monopoli atau penguasaan pasar dengan mengorbankan persaingan usaha yang sehat. Belum ada keputusan hukum yang definitif terhadap kasus ini, tetapi isu ini tetap relevan dalam diskusi mengenai Pengaturan e-commerce dan perlindungan UMKM di Indonesia.(Andani & Indarta, 2023)

Begitu pun dengan kasus E-commerce lainnya seperti Shopee dan Bukalapak yang pernah diduga melakukan tindakan predatory pricing dan juga self preferencing namun hal ini sangat sulit dibuktikan karena terdapat ambiguitas dalam regulasi terkait apa yang dianggap sebagai predatory pricing dan juga self preferencing. Hal ini dapat mempersulit regulator untuk menentukan apakah e-commerce tersebut melanggar hukum atau tidak, karena tidak ada definisi tunggal yang diterima untuk tindakan dalam praktik tersebut.

Praktik-praktik transaksi baru memerlukan bentuk-bentuk peraturan yang tentunya juga baru, namun undang-undang tersebut gagal untuk mengimbangnya, hal ini disebabkan oleh lemahnya undang-undang dan seperangkat regulator yang terhambat oleh keterbatasan politik, hukum, dan kelembagaan.(Santoso, 2018)

B. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. (Ali, 2021) Penelitian ini bertujuan untuk menggali pengaturan hukum pasar digital yang dapat memperkuat dukungan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di platform e-commerce. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, wawancara dengan pelaku UMKM, regulator, dan pihak terkait di platform e-commerce, serta analisis dokumen hukum yang berlaku, seperti Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan peraturan terkait. Analisis data dilakukan dengan metode analisis isi dan tematik untuk mengidentifikasi pola-pola pengaturan hukum yang telah diterapkan dan dampaknya terhadap UMKM.

Proses analisis berfokus pada bagaimana kebijakan hukum dapat mengatasi hambatan yang dihadapi oleh UMKM, seperti akses pasar, perlindungan data pribadi, serta pengaturan transaksi yang transparan. Penelitian ini juga akan membandingkan kebijakan yang diterapkan di negara lain dan melihat relevansi serta penerapannya dalam konteks Indonesia. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat memperkuat peran hukum dalam mendukung UMKM di platform e-commerce, menciptakan ekosistem yang lebih adil dan inklusif bagi pelaku usaha kecil dalam pasar digital.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Urgensi Pengaturan Hukum Pasar Digital dalam Melindungi UMKM di Era E-commerce

Era digital telah membawa perubahan fundamental dalam cara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjalankan bisnisnya. Transformasi digital yang dipercepat oleh pandemi COVID-19 telah mendorong UMKM untuk beralih ke platform e-commerce sebagai saluran utama dalam memasarkan produk dan layanan mereka. Namun, pesatnya perkembangan pasar digital ini belum diimbangi dengan kerangka hukum yang memadai untuk melindungi kepentingan UMKM, menciptakan urgensi yang tidak dapat diabaikan dalam pengaturan hukum pasar digital.(Sholihin, 2024)

Salah satu aspek kritis yang menunjukkan urgensi pengaturan hukum pasar digital adalah adanya kesenjangan informasi (asymmetric information) antara UMKM dan platform e-commerce. Pelaku UMKM seringkali menghadapi kesulitan dalam memahami kompleksitas sistem algoritma, kebijakan peringkat, dan aturan platform yang dapat mempengaruhi visibilitas dan performa penjualan mereka. Ketidakseimbangan informasi ini dapat mengakibatkan UMKM berada pada posisi yang kurang menguntungkan dalam persaingan di pasar digital.(Sugiarti et al., 2020)

Perlindungan data dan privasi menjadi aspek crucial lainnya yang memerlukan pengaturan hukum yang jelas. UMKM yang beroperasi di platform e-commerce mengumpulkan dan mengelola data pelanggan dalam jumlah besar, namun banyak dari mereka belum memiliki pemahaman dan kapasitas yang memadai dalam mengelola data tersebut secara aman. Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi yang baru disahkan memberikan kerangka dasar, tetapi

implementasinya masih memerlukan panduan teknis yang lebih detail untuk membantu UMKM memenuhi standar keamanan data yang dipersyaratkan.

Persaingan usaha yang sehat di platform e-commerce juga menjadi perhatian utama yang memerlukan pengaturan hukum yang tegas. Praktik predatory pricing, penyalahgunaan posisi dominan, dan persaingan tidak sehat oleh platform atau pelaku usaha besar dapat mengancam keberlangsungan UMKM. Meskipun Undang-Undang Anti Monopoli telah ada, implementasinya dalam konteks e-commerce masih memerlukan penguatan untuk menghadapi kompleksitas pasar digital. (Panjaitan, 2021)

Kebutuhan akan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) semakin mendesak seiring meningkatnya kasus pembajakan dan peniruan produk di platform e-commerce. UMKM seringkali menjadi korban dari praktik peniruan produk atau penggunaan merek tanpa izin, namun proses penegakan hukum yang rumit dan biaya yang tinggi menjadi hambatan dalam melindungi HKI mereka. Diperlukan mekanisme perlindungan HKI yang lebih efektif dan terjangkau bagi UMKM.

Aspek perlindungan konsumen juga memerlukan pengaturan yang lebih komprehensif dalam konteks e-commerce. UMKM perlu mendapatkan panduan yang jelas tentang standar informasi produk, penanganan keluhan konsumen, dan prosedur pengembalian barang. Ketidakjelasan dalam aspek ini dapat menimbulkan sengketa yang merugikan baik UMKM maupun konsumen.

Sistem pembayaran digital yang semakin kompleks juga memerlukan pengaturan hukum yang dapat mengakomodasi perkembangan teknologi sambil tetap melindungi kepentingan UMKM. Risiko fraud, keterlambatan pembayaran, dan biaya transaksi yang tinggi perlu diatur secara jelas untuk memberikan kepastian hukum bagi UMKM dalam bertransaksi secara digital.

Urgensi pengaturan hukum pasar digital juga terlihat dari kebutuhan akan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan terjangkau. UMKM seringkali menghadapi kesulitan ketika terjadi sengketa dengan platform, mitra bisnis, atau konsumen karena ketiadaan mekanisme penyelesaian sengketa yang sesuai dengan karakteristik transaksi e-commerce. (Prayuti, 2024)

Perkembangan teknologi yang pesat juga menciptakan urgensi untuk memiliki kerangka hukum yang adaptif dan responsif. Munculnya teknologi baru seperti artificial intelligence, blockchain, dan Internet of Things dalam e-commerce menciptakan tantangan regulasi yang perlu diantisipasi untuk melindungi kepentingan UMKM.

Aspek perpajakan dalam transaksi digital juga memerlukan pengaturan yang lebih jelas untuk menciptakan keadilan dan kepastian hukum bagi UMKM. Kompleksitas penghitungan dan pelaporan pajak dalam transaksi e-commerce dapat menjadi beban administratif yang signifikan bagi UMKM jika tidak diatur dengan baik.

Aspek keamanan siber (cyber security) menjadi perhatian khusus yang memerlukan pengaturan hukum yang lebih komprehensif. UMKM yang beroperasi di platform e-commerce sering menjadi target serangan siber seperti phishing, malware, dan pencurian data karena keterbatasan sistem keamanan mereka. Regulasi yang ada perlu diperkuat untuk mewajibkan platform e-commerce menyediakan standar keamanan minimal dan edukasi keamanan siber bagi UMKM yang beroperasi di platform mereka. (Togatorop et al., 2024)

Standardisasi kontrak elektronik juga memerlukan pengaturan yang lebih detail. Banyak UMKM yang menghadapi kesulitan dalam memahami dan menegosiasikan ketentuan kontrak dengan platform e-commerce karena kompleksitas bahasa hukum dan ketidakseimbangan posisi tawar. Diperlukan standarisasi klausul kontrak yang melindungi kepentingan UMKM sekaligus memberikan kepastian hukum dalam transaksi elektronik.

Tantangan dalam hal logistik dan pengiriman barang juga memerlukan pengaturan khusus. UMKM sering menghadapi masalah dengan keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, atau hilangnya paket dalam proses pengiriman. Kerangka hukum yang ada perlu diperluas untuk mengatur tanggung jawab dan kewajiban penyedia jasa logistik dalam mendukung operasional UMKM di platform e-commerce.

Pengaturan tentang praktik periklanan digital juga menjadi semakin penting. UMKM seringkali kesulitan bersaing dalam hal visibilitas produk karena dominasi iklan dari pemain besar. Regulasi perlu mengatur praktik periklanan digital untuk menciptakan persaingan yang lebih sehat dan memberikan kesempatan yang sama bagi UMKM dalam mempromosikan produk mereka. (Ady et al., 2022)

Aspek perlindungan merek dan reputasi online juga memerlukan pengaturan yang lebih kuat. UMKM sering menghadapi masalah dengan ulasan palsu, kampanye hitam, atau penyalahgunaan merek yang dapat merusak reputasi bisnis mereka. Diperlukan mekanisme

hukum yang efektif untuk melindungi reputasi online UMKM dan menangani penyalahgunaan platform review.

Pengaturan tentang akses ke pembiayaan digital juga menjadi crucial. Meskipun fintech lending dan crowdfunding memberikan alternatif pembiayaan bagi UMKM, risiko yang terkait dengan pinjaman online dan praktik predatory lending memerlukan pengaturan yang lebih ketat untuk melindungi UMKM dari praktik pembiayaan yang merugikan.

Isu lintas batas (cross-border) dalam e-commerce juga memerlukan perhatian khusus. UMKM yang melakukan transaksi internasional menghadapi tantangan dalam hal perpajakan lintas negara, perlindungan konsumen internasional, dan penyelesaian sengketa lintas yurisdiksi. Diperlukan harmonisasi regulasi dan kerja sama internasional untuk melindungi kepentingan UMKM dalam transaksi e-commerce lintas batas. (Hidayat & Kholik, 2024)

Aspek keberlanjutan (sustainability) dalam praktik e-commerce juga perlu diatur. UMKM perlu mendapatkan panduan dan dukungan dalam mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan, termasuk penggunaan kemasan yang berkelanjutan dan pengelolaan limbah e-commerce. Regulasi perlu mendorong dan memfasilitasi transisi UMKM menuju praktik e-commerce yang lebih berkelanjutan.

Pengaturan tentang penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan otomatisasi dalam e-commerce juga menjadi semakin penting. UMKM perlu dilindungi dari potensi diskriminasi algoritma dan praktik tidak adil dalam penggunaan AI oleh platform, sambil tetap mendapatkan akses ke manfaat teknologi tersebut untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka. (Muin, 2023)

Isu terkait literasi digital dan kapasitas teknis UMKM juga memerlukan pengaturan yang mendukung. Program pengembangan kapasitas dan pendampingan teknis perlu diintegrasikan ke dalam kerangka regulasi untuk memastikan UMKM dapat memenuhi standar dan persyaratan hukum dalam menjalankan bisnis digital mereka.

Dengan adanya berbagai aspek tambahan ini, semakin jelas bahwa pengaturan hukum pasar digital untuk melindungi UMKM memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi. Regulasi tidak hanya harus mampu mengakomodasi kompleksitas ekosistem e-commerce saat ini, tetapi juga harus cukup fleksibel untuk mengantisipasi perkembangan teknologi dan model bisnis di masa depan. Perlindungan hukum yang efektif bagi UMKM dalam pasar digital akan menjadi kunci dalam memastikan pertumbuhan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

Urgensi pengaturan hukum pasar digital semakin diperkuat dengan meningkatnya ketergantungan UMKM pada platform e-commerce sebagai saluran utama penjualan mereka. Ketiadaan kerangka hukum yang komprehensif dapat menempatkan UMKM pada posisi yang rentan dan menghambat pertumbuhan mereka di era digital. (Prayuti, 2024)

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek di atas, pengembangan dan penguatan kerangka hukum pasar digital untuk melindungi UMKM menjadi prioritas yang tidak dapat ditunda. Regulasi yang efektif harus mampu menciptakan keseimbangan antara mendorong inovasi dan pertumbuhan digital dengan memberikan perlindungan yang memadai bagi UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional.

2. Strategi Penguatan Regulasi untuk Mendukung Pertumbuhan UMKM di Platform E-commerce

Perkembangan platform e-commerce yang pesat telah menciptakan kebutuhan akan strategi penguatan regulasi yang komprehensif untuk mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Strategi ini harus mampu mengakomodasi dinamika pasar digital sambil tetap memberikan perlindungan yang memadai bagi UMKM sebagai pelaku usaha yang rentan terhadap perubahan teknologi dan persaingan usaha. (Rahman et al., 2023)

Harmonisasi regulasi menjadi langkah fundamental dalam strategi penguatan regulasi e-commerce. Berbagai peraturan yang ada, mulai dari Undang-Undang ITE, Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), hingga regulasi sektoral lainnya, perlu diselaraskan untuk menciptakan kerangka hukum yang koheren dan efektif. Harmonisasi ini penting untuk menghindari tumpang tindih regulasi yang dapat membebani UMKM dan menciptakan ketidakpastian hukum. (Ramli et al., 2020)

Pengembangan kapasitas menjadi komponen kritis dalam implementasi regulasi yang efektif. Program pelatihan dan pendampingan yang terstruktur perlu dikembangkan untuk meningkatkan pemahaman UMKM tentang aspek hukum dalam berbisnis digital. Kolaborasi antara pemerintah, platform e-commerce, dan asosiasi bisnis dalam menyelenggarakan

program pengembangan kapasitas dapat memastikan transfer pengetahuan yang efektif kepada pelaku UMKM.

Sistem pengawasan yang terintegrasi perlu dibangun untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi. Koordinasi antara berbagai lembaga pengawas seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Otoritas Jasa Keuangan, dan Komisi Pengawas Persaingan Usaha harus diperkuat untuk menciptakan mekanisme pengawasan yang efektif. Sistem peringatan dini (*early warning system*) juga perlu dikembangkan untuk mendeteksi dan mencegah praktik bisnis yang merugikan UMKM. (Bahtiar, 2020)

Inovasi dalam pendekatan regulasi menjadi penting untuk mengakomodasi perkembangan teknologi dan model bisnis baru. Penerapan *regulatory sandbox* dapat menjadi solusi untuk menguji efektivitas regulasi baru sebelum diimplementasikan secara luas. Pendekatan ini memungkinkan regulator untuk memahami dampak regulasi terhadap UMKM dan melakukan penyesuaian yang diperlukan tanpa menimbulkan gangguan yang signifikan pada operasional bisnis.

Perlindungan konsumen harus menjadi prioritas dalam strategi penguatan regulasi. UMKM perlu didukung dalam memenuhi standar perlindungan konsumen melalui panduan praktis dan bantuan teknis. Standardisasi informasi produk, prosedur penanganan keluhan, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif perlu dikembangkan untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM di platform e-commerce. (Damuri, 2022)

Sistem penyelesaian sengketa yang efisien dan terjangkau menjadi komponen penting dalam strategi regulasi. Pengembangan mekanisme *Alternative Dispute Resolution (ADR)* yang disesuaikan dengan karakteristik transaksi e-commerce dapat membantu UMKM menyelesaikan sengketa dengan biaya yang lebih rendah dan waktu yang lebih singkat. Platform penyelesaian sengketa online (*Online Dispute Resolution*) juga perlu dikembangkan untuk memfasilitasi penyelesaian sengketa secara digital.

Insentif dan dukungan finansial perlu disediakan untuk membantu UMKM memenuhi standar regulasi. Program subsidi untuk pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual, sertifikasi keamanan data, dan implementasi sistem manajemen mutu dapat mengurangi beban finansial UMKM dalam mematuhi regulasi. Skema pembiayaan khusus juga perlu dikembangkan untuk mendukung transformasi digital UMKM.

Evaluasi berkala terhadap efektivitas regulasi menjadi kunci dalam memastikan relevansi dan keberlanjutan kerangka hukum. Mekanisme *review* regulasi yang melibatkan masukan dari pelaku UMKM, platform e-commerce, dan pemangku kepentingan lainnya perlu dilembagakan. Hasil evaluasi ini harus menjadi dasar untuk penyempurnaan regulasi dan pengembangan kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan UMKM.

Kerjasama internasional dalam pengembangan regulasi e-commerce juga perlu diperkuat. Harmonisasi standar dan regulasi dengan negara-negara mitra dagang dapat memfasilitasi ekspansi UMKM ke pasar internasional. Pertukaran pengalaman dan praktik terbaik dalam regulasi e-commerce dengan negara lain juga dapat memperkaya pendekatan regulasi di Indonesia.

Implementasi strategi keamanan siber menjadi komponen penting dalam penguatan regulasi e-commerce untuk UMKM. Platform e-commerce perlu diwajibkan untuk menyediakan infrastruktur keamanan dasar dan panduan keamanan siber yang mudah dipahami oleh UMKM. Strategi ini mencakup pengembangan standar keamanan minimal, protokol penanganan insiden siber, dan sistem deteksi dini terhadap ancaman keamanan yang dapat membahayakan operasional UMKM.

Standardisasi kontrak elektronik memerlukan pendekatan yang lebih sistematis. Regulator perlu mengembangkan template kontrak standar yang melindungi kepentingan UMKM dalam hubungan bisnis dengan platform e-commerce. Kontrak standar ini harus mencakup ketentuan tentang pembagian tanggung jawab, mekanisme pembayaran, perlindungan data, dan prosedur penyelesaian sengketa yang adil bagi kedua belah pihak. (Febriantoro, 2018)

Pengaturan aspek logistik dan pengiriman memerlukan kolaborasi yang lebih erat antara regulator, platform e-commerce, dan penyedia jasa logistik. Standardisasi layanan logistik, transparansi biaya pengiriman, dan mekanisme penanganan klaim kerusakan atau kehilangan barang perlu diatur secara jelas untuk melindungi kepentingan UMKM. Platform integrasi logistik yang menghubungkan UMKM dengan berbagai penyedia jasa pengiriman juga perlu dikembangkan untuk meningkatkan efisiensi distribusi.

Strategi pengaturan periklanan digital harus mampu menciptakan keseimbangan antara kepentingan komersial platform dan kebutuhan UMKM untuk menjangkau konsumen. Regulasi perlu mengatur alokasi ruang iklan yang adil, transparansi algoritma penempatan iklan, dan

pembatasan praktik monopoli dalam periklanan digital. Program edukasi tentang strategi pemasaran digital yang efektif juga perlu disediakan untuk membantu UMKM mengoptimalkan anggaran promosi mereka.

Perlindungan reputasi online UMKM memerlukan pengembangan sistem verifikasi ulasan dan mekanisme penanganan konten negatif yang efektif. Platform e-commerce perlu diwajibkan untuk menerapkan sistem verifikasi pembeli yang ketat dan prosedur penanganan ulasan palsu yang merugikan UMKM. Mekanisme pemulihan reputasi juga perlu dikembangkan untuk membantu UMKM yang menjadi korban kampanye hitam atau penyalahgunaan sistem ulasan.

Strategi pembiayaan digital untuk UMKM perlu diperkuat melalui pengembangan ekosistem fintech yang sehat. Regulasi harus mampu mendorong inovasi dalam layanan pembiayaan digital sambil tetap melindungi UMKM dari praktik predatory lending. Skema penjaminan kredit dan program literasi keuangan digital juga perlu dikembangkan untuk meningkatkan akses UMKM ke sumber pembiayaan yang aman dan terjangkau.

Penanganan transaksi lintas batas memerlukan pengembangan kerangka regulasi yang komprehensif. Harmonisasi standar dan prosedur dengan negara mitra dagang, pengembangan sistem perpajakan yang efisien untuk transaksi internasional, dan mekanisme penyelesaian sengketa lintas batas yang efektif perlu menjadi prioritas dalam strategi regulasi e-commerce. (Kondo et al., 2023)

Aspek keberlanjutan dalam e-commerce perlu didorong melalui insentif regulasi dan standar operasional yang jelas. Program sertifikasi keberlanjutan, panduan praktik ramah lingkungan, dan insentif untuk adopsi kemasan yang berkelanjutan perlu dikembangkan untuk mendukung transisi UMKM menuju praktik e-commerce yang lebih berkelanjutan.

Pengaturan penggunaan teknologi AI dan otomatisasi harus mempertimbangkan kebutuhan dan keterbatasan UMKM. Regulasi perlu memastikan transparansi dalam penggunaan algoritma oleh platform, memberikan akses yang adil ke tools otomatisasi, dan melindungi UMKM dari diskriminasi algoritma. Program bantuan teknis untuk adopsi teknologi AI yang sesuai dengan skala UMKM juga perlu disediakan.

Program literasi digital yang komprehensif perlu diintegrasikan ke dalam strategi regulasi. Pengembangan kurikulum literasi digital yang terstandar, program sertifikasi kompetensi digital, dan sistem pendampingan berkelanjutan perlu dirancang untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam mengadopsi teknologi digital secara aman dan efektif.

Implementasi strategi-strategi ini memerlukan pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan. Koordinasi antar lembaga, kolaborasi dengan sektor swasta, dan partisipasi aktif komunitas UMKM menjadi kunci keberhasilan dalam menciptakan ekosistem e-commerce yang mendukung pertumbuhan UMKM. Evaluasi dan penyempurnaan strategi secara berkala juga diperlukan untuk memastikan regulasi tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. (Rosmayati, 2023)

Dengan implementasi strategi penguatan regulasi yang komprehensif ini, diharapkan UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di platform e-commerce. Keberhasilan strategi ini akan bergantung pada komitmen dan koordinasi yang kuat antara pemerintah, platform e-commerce, dan pemangku kepentingan lainnya dalam menciptakan ekosistem digital yang mendukung pertumbuhan UMKM.

D. Kesimpulan

Urgensi pengaturan hukum pasar digital menjadi sangat penting dalam melindungi UMKM di era e-commerce, mengingat tantangan yang dihadapi dalam aspek-aspek seperti kesenjangan informasi, perlindungan data, persaingan usaha, hingga hak kekayaan intelektual. Banyak UMKM mengalami kendala dalam menavigasi kompleksitas aturan platform dan keamanan siber, yang sering kali tidak seimbang dengan kapasitas teknis mereka. Regulasi yang menyeluruh dan adaptif dibutuhkan untuk menciptakan perlindungan dan kepastian hukum, termasuk dalam aspek perlindungan konsumen, standardisasi kontrak elektronik, keamanan transaksi, serta akses ke pembiayaan dan pembinaan kapasitas digital. Harmonisasi regulasi antar lembaga terkait juga diperlukan agar UMKM dapat bersaing secara adil dan menjalankan usaha secara berkelanjutan dalam ekosistem e-commerce yang inklusif. Strategi penguatan regulasi, termasuk pengembangan kapasitas UMKM, sistem penyelesaian sengketa, serta kolaborasi internasional, menjadi langkah konkret untuk memastikan pertumbuhan digital UMKM yang berkesinambungan.

E. Referensi

- Ady, E. N. S., Nisrina, F. B., Ramadhani, F., & Irawan, F. (2022). Urgensi KUHD Dalam Menangani Risiko Kejahatan Siber Pada Transaksi E-Commerce: Pentingnya Kodifikasi Ketentuan Umum Hukum Dagang sebagai respon pemerintah terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 2(1), 45–55.
- Ali, Z. (2021). *Metode penelitian hukum*. Sinar Grafika.
- Allister, D., Gunawan, L. L., & Prianto, Y. (2022). *Pengembangan Umkm Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19*. Serina IV Untar.
- Andani, D. K., & Indarta, D. W. (2023). Pengawasan Hukum Platform E-Commerce Tiktok dan UMKM oleh KPPU Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999. *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), 2393–2408.
- Bahtiar, R. A. (2020). Potensi, peran pemerintah, dan tantangan dalam pengembangan e-commerce di Indonesia [Potency, government role, and challenges of e-commerce development in Indonesia]. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 11(1), 13–25.
- Catriana, E. & KompasCom. (n.d.). *KPPU Pelajari Dugaan Predatory Pricing di Tiktok Shop*. <https://money.kompas.com/read/2023/09/05/060600526/kppu-pelajari-dugaan-predatory-pricing-di-tiktok-shop>
- Damuri, Y. R. (2022). *Perkembangan dan Regulasi E-commerce di Indonesia*. JSTOR. <https://www.jstor.org/stable/pdf/resrep28867.pdf>
- Darmaningrum, K., Sumarto, L., Adiyani, R., Lusua, A., Azuma, I., & Aryani, N. (2024). Transformasi Digital Umkm: Menghadapi Tantangan Dan Menggapai Peluang Bertumbuh Dalam Ekosistem Digital Bagi Umkm Di Kota Solo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 304.
- Febriantoro, W. (2018). Kajian dan strategi pendukung perkembangan e-commerce bagi UMKM Di Indonesia. *Jurnal Manajerial*, 17(2), 184.
- Hidayat, W. H., & Kholik, N. (2024). Implikasi Hukum atas Perubahan Bisnis UMKM: Strategi Adaptasi Era Digital dan E-commerce di Indonesia. *Jurnal Analisis Hukum*, 7(1), 70–84.
- Kondo, M., Langi, H., Putung, Y., & Kumaat, A. (2023). Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara. *Technomedia Journal*, 8(2 Oktober), 221–234.
- Lathifah, H. (2014). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak dalam E-commerce Sebagai Akibat dari Globalisasi Ekonomi". *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 1(2), 192.
- Moha, M. R., & Sukarmi, dan A. K. (2020). Urgensi Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik Bagi Pelaku Usaha E-Commerce. *Jambura Law Review*, 2(2), 103.
- Muin, I. (2023). Perlindungan Data Pribadi Dalam Platform E-Commerce Guna Peningkatan Pembangunan Ekonomi Digital Indonesia. *Journal Law And Justice*, 1(2). <https://jurnalilmiah.co.id/index.php/MJPJLJ/article/view/30>
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 35.
- Oktaviani, Q., Diana, F., Tiara, E., Halim Setyadi, M. W. A. R., & Riofita, H. (2023). Peran E-commerce Dalam Pemasaran Produk Umkm. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 16.
- Panjaitan, Y. A. (2021). Indikasi Predatory Pricing Pada Praktik Perang Harga Antara Pelaku Usaha Financial Technology (Fintech) Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia. *Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia* 1, 3, 1616.
- Prayuti, Y. (2024). Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-commerce dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 907.
- Putri, I. (2023). Transformasi Digital Umkm Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 3(1), 29.
- Rahman, I., Mayasari, R. E., & Nurapriyanti, T. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2(08), 683–691.
- Ramli, T. S., Ramli, A. M., Permata, R. R., Ramadayanti, E., & Fauzi, R. (2020). Aspek hukum platform e-commerce dalam era transformasi digital. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24(2), 119–136.
- Rosmayati, S. (2023). Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce. *Koalisi: Cooperative Journal*, 3(1), 9–24.

- Santoso, D. E. (2018). *Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis di Indonesia*. Kencana.
- Sholihin, U. (2024). Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-commerce*, 3(2), 100.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). E-commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 299.
- Togatorop, A. M. H., Darmawan, D. W., & Hidayati, R. (2024). Transformasi Digital dalam Mencapai Keberlanjutan di Bidang Ekonomi dan Keuangan. *Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 7(1).