

Antara UU dan Kebijakan Platform: Nasib UMKM yang Hidup dari Jualan Online

¹Adi Bayu Nugraha, ²Fadia Fitriyanti

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia
¹hohobayu@gmail.com, ²yantifadia@umy.ac.id

ABSTRACT

The development of the digital economy has positioned marketplace platforms and social media as primary spaces for MSMEs to conduct business activities. However, in recent years, various new policies issued by both the government and digital platforms have created uncertainty for MSMEs that rely on online sales. This article aims to analyze the relationship and potential conflicts between statutory regulations – particularly Law No. 7 of 2014 on Trade, the Electronic Information and Transactions Law (ITE Law), and derivative regulations related to Electronic Commerce (PMSE) – and internal platform policies such as feature restrictions, algorithm changes, and service fee provisions. The research method employed is normative legal research with a statutory and conceptual approach. The findings indicate the presence of a regulatory gap in the protection of digital MSMEs, primarily because platform policy spaces operate beyond direct state control despite their significant impact on community economic activities. Furthermore, government regulations tend to be reactive and have yet to fully adapt to the dynamics of digital business models. This article concludes that harmonization between state regulations and platform policies is necessary to ensure business certainty, consumer protection, and the sustainability of MSMEs dependent on the digital ecosystem. Recommendations are directed toward the establishment of specific regulations governing the legal relationships among MSMEs, platforms, and the state within the framework of digital economy governance.

Keywords: Digital trade, E-commerce regulation, MSMEs, Platform policy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan dan potensi konflik antara ketentuan peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang ITE, serta regulasi turunan terkait Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), dengan kebijakan internal platform seperti pembatasan fitur, perubahan algoritma, serta ketentuan biaya layanan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat kekosongan norma dalam perlindungan UMKM digital, terutama karena ruang kebijakan platform berada di luar kontrol negara meskipun memiliki dampak langsung terhadap kegiatan ekonomi masyarakat. Selain itu, regulasi pemerintah sering kali bersifat reaktif dan belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika model bisnis digital. Artikel ini menyimpulkan bahwa diperlukan harmonisasi antara regulasi negara dan kebijakan platform guna menjamin kepastian berusaha, perlindungan konsumen, serta keberlangsungan UMKM yang bergantung pada ekosistem digital. Rekomendasi diarahkan pada pembentukan regulasi khusus mengenai hubungan hukum antara UMKM, platform, dan negara dalam kerangka tata kelola ekonomi digital.

Kata kunci: Kebijakan platform, Regulasi e-commerce, Perdagangan digital, UMKM

Pendahuluan

Beberapa tahun terakhir, majunya teknologi memberikan dampak kepada kehidupan sehari-hari kita. Mulai dari smartphone yang semakin canggih hingga aplikasi-aplikasi di

dalamnya. Perkembangan ini juga mempengaruhi sistem jual-beli di masyarakat sebagai pelaku usaha maupun pembeli, banyak dari penjual yang sebelumnya bergantung pada toko fisik akhirnya berpindah ke platform jual-beli online.

E-commerce merupakan bentuk kegiatan perdagangan yang mencakup penjualan, pembelian, dan pemasaran barang maupun jasa melalui sistem informasi berbasis internet. Dari perspektif konsumen, e-commerce menawarkan kemudahan, fleksibilitas, serta efisiensi biaya karena transaksi dapat dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu, sekaligus menyediakan beragam pilihan produk yang memungkinkan perbandingan harga dan kualitas secara lebih rasional. Bagi pelaku usaha, termasuk UMKM, pemanfaatan e-commerce dan m-commerce berkontribusi pada peningkatan omzet, perluasan pasar, dan penguatan loyalitas pelanggan dibandingkan model bisnis konvensional. Namun demikian, praktik perdagangan elektronik juga mengandung risiko, seperti potensi penipuan, kegagalan pengiriman barang, serta penyalahgunaan identitas toko daring, yang dapat merugikan konsumen dan pelaku usaha sekaligus. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan e-commerce memerlukan dukungan pengaturan dan perlindungan hukum yang memadai agar kepercayaan serta keberlanjutan ekosistem perdagangan digital tetap terjaga. (Fauzia, 2016)

Seiring dengan berkembangnya e-commerce sebagai pola perdagangan yang semakin dominan, platform perdagangan elektronik pada akhirnya menjadi pintu peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Melalui platform digital, UMKM—mulai dari penjual hijab, makanan kering, hingga kerajinan tangan—tidak hanya melakukan transaksi jual beli, tetapi juga dituntut untuk beradaptasi dengan pola interaksi baru antara penjual dan konsumen yang berlangsung cepat, terbuka, dan berbasis penilaian publik. Kehadiran platform yang mempertemukan penjual dari berbagai daerah terbukti membantu perekonomian dan mendorong inklusi pasar, sehingga banyak UMKM memilih berjualan secara daring karena dinilai lebih praktis, berbiaya relatif rendah, serta mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Namun, meningkatnya ketergantungan UMKM terhadap platform digital juga menimbulkan kebutuhan akan kepastian hukum, yang mendorong pemerintah untuk mengatur aktivitas perdagangan elektronik melalui berbagai regulasi guna menjamin perlindungan, keadilan, dan keberlanjutan ekosistem e-commerce.

Namun faktanya, praktik jual-beli yang terjadi pada platform perdagangan elektronik lebih “dikendalikan” oleh aturan internal platform itu sendiri. Contohnya, kebijakan biaya layanan yang berubah sepihak, pembekuan toko tanpa proses, serta penyelesaian sengketa yang bersifat sepihak. Akibatnya nasib pelaku UMKM lebih banyak ditentukan oleh peraturan-pertaturan yang ada di suatu platform perdagangan elektronik. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran otoritas dalam mempengaruhi cara bekerja UMKM. Walaupun secara hukum memang sudah ada undang-undang yang mengatur seperti PP No. 7 Tahun 2021 (Turunan UU Cipta Kerja), PP No. 80 Tahun 2019, DST. Sebenarnya adanya UMKM di platform digital sudah di lindungi oleh kedua instrumen yang disebutkan. Kedua instrumen tersebut di buat untuk menegaskan bahwa sudah menjadi kewajiban negara untuk membuat iklim usaha yang kondusif bagi UMKM, termasuk menyediakan pasar dan perlindungan dalam aktivitas bisnis.

Indonesia sudah memberi pagar yang tegas untuk jualan online. PP 80/2019 mewajibkan identitas penjual yang transparan, keamanan sistem transaksi, serta ketersediaan layanan pengaduan untuk menangani masalah di lapangan (Humas, 2019). Aturan ini juga membuka jalur pelaporan ke pemerintah ketika terjadi pelanggaran yang merugikan pembeli atau penjual, sehingga ada pintu masuk di luar mekanisme internal platform. Selain itu, terdapat ruang pengawasan khusus terhadap pelaku yang berulang kali melanggar agar tidak

merusak ekosistem (Humas, 2019). Intinya, negara sudah menaruh standar dasar agar pasar digital berjalan tertib, aman, dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk memastikan pelaku kecil tidak tertinggal, PP 7/2021 menegaskan misi kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM saat masuk ke ekosistem digital (Pemerintahan, 2024). Bentuknya mencakup pembinaan, fasilitasi, dan dukungan lintas level pemerintahan agar UMKM punya pijakan saat bertransisi ke kanal online. Tujuannya yaitu pengusaha kecil tidak dibiarkan sendirian menghadapi standar baru seperti verifikasi, kelengkapan data toko, dan manajemen reputasi digital. Dengan payung ini, UMKM diharapkan lebih siap dari sisi izin, akses pendampingan, dan keberlanjutan usaha.

Masalahnya, dinamika platform bergerak jauh lebih cepat daripada ritme birokrasi publik, dan efeknya langsung ke penjual kecil. Rekomendasi dan pencarian bisa berubah ketika algoritma disetel ulang, sehingga visibilitas produk turun mendadak dan memaksa penjual menyesuaikan strategi (Rezkie, 2024). Komisi atau biaya layanan juga dapat disesuaikan sewaktu-waktu, memengaruhi margin dan harga jual yang berimbas pada daya saing. Kebijakan promo serta iklan sering diperbarui periodik, menjadikan perencanaan stok dan anggaran iklan ikut goyah. Karena dampaknya harian dan nyata, banyak UMKM lebih dulu menempuh kanal internal platform saat terjadi masalah ajukan banding, minta peninjauan, atau gunakan pusat bantuan agar akun tetap aktif dan arus pesanan tidak putus alur pengaduan formal tetap penting, tetapi biasanya menjadi opsi kedua ketika sengketa tidak selesai atau terus berulang (Humas, 2019). Pendekatan berlapis ini memberi kesempatan memulihkan kinerja sambil tetap memiliki pijakan hukum jika situasi buntu. Pada praktiknya, dua jalur ini saling melengkapi dan sebaiknya disiapkan sejak awal dengan dokumentasi yang rapi (DDTC, 2019)

Dari sisi kesiapan pelaku, strategi yang paling masuk akal adalah “patuh ganda” disertai disiplin dokumentasi. Patuh pada aturan publik berarti menyiapkan izin, menampilkan data toko yang jelas, menjaga standar layanan, dan menyimpan bukti transaksi (invoice, chat, bukti kirim) secara sistematis (Humas, 2019). Patuh pada aturan platform berarti memahami kualitas listing (foto, judul, kata kunci), respons cepat dan sopan terhadap ulasan, pengelolaan iklan sesuai kebijakan, serta mengikuti SOP komplain agar jejak kasus tercatat baik. Dengan cara ini, risiko suspend bisa ditekan, visibilitas lebih stabil, dan ruang dialog dengan platform maupun regulator tetap terbuka (Hariyoto, 2021).

Di ranah kebijakan, ada upaya memperkecil jarak antara norma negara dan praktik platform. Pemerintah mendorong agar etalase digital makin mengangkat produk lokal, sekaligus menyiapkan aturan yang lebih spesifik untuk melindungi penjual kecil dalam ekosistem digital. Harapannya, persaingan lebih adil, penyelesaian sengketa lebih cepat, dan beban penyesuaian kebijakan platform terhadap UMKM tidak berlebihan (Pakpahan, 2025). Langkah ini penting agar pertumbuhan ekonomi digital tidak meminggirkan pelapak rumahan, perajin daerah, dan pedagang pemula yang baru belajar berjualan online. Pada akhirnya, platform memang membuka pasar yang dulu sulit dijangkau, tetapi juga membawa “aturan rumah” yang berubah cepat dan sering tidak terlihat publik. Di sinilah standar negara menjadi jangkar agar pasar tetap aman dan akuntabel ketika mekanisme internal platform tidak memadai (Humas, 2019). Tujuannya tegas: manfaat ekonomi digital seyogianya tidak hanya dinikmati pemain besar, melainkan juga jadi jalan tumbuh yang aman, transparan, dan layak bagi UMKM di berbagai daerah.

Di titik ini, kebanyakan pedagang kecil tidak punya waktu untuk membaca perubahan syarat dan ketentuan yang panjang, mereka menilai dari efek langsung: trafik turun, biaya naik, atau promosi tidak lagi mengangkat penjualan seperti dulu. Itu sebabnya, kanal banding di dalam platform jadi rute pertama yang dicoba karena hasilnya paling cepat dirasakan, sementara jalur laporan formal disiapkan sebagai pegangan kalau masalah

berulang atau menyentuh hal yang lebih serius seperti penipuan atau pemblokiran berkepanjangan (DDTC, 2019).

Kalau mau lebih tahan banting, kuncinya ada di tiga hal sederhana: transparansi informasi toko, mutu listing yang konsisten, dan dokumentasi rapi untuk setiap transaksi dan komplain. Transparansi bikin pembeli merasa aman, mutu listing menjaga relevansi algoritma dan kepercayaan ulasan, sementara dokumentasi jadi “asuransi” ketika harus berurusan dengan tim moderasi atau pihak berwenang. Standar-standar dasar ini sebenarnya juga ditekankan dalam aturan dagang elektronik kita, jadi mengikuti mereka bukan cuma soal taat platform, tapi juga soal disiplin usaha yang sehat (Humas, 2019).

Di sisi pembuat kebijakan, pekerjaan rumahnya adalah menyambungkan “aturan negara” dengan “aturan rumah” platform tanpa memperlambat inovasi. Artinya, perlu ada titik temu yang jelas, mekanisme komplain yang terintegrasi, standar minimum transparansi faktor penayangan/iklan bagi penjual, dan jalur eskalasi yang tidak bertele-tele untuk kasus yang berdampak besar pada keberlangsungan toko. Ini bukan soal mengatur terlalu dalam, melainkan memastikan lapak kecil tidak tersapu perubahan kebijakan yang mendadak dan tidak terbaca (PAKPAHAN, 2025).

Harapannya sederhana, yaitu saat platform menyiapkan panggung dan negara menyiapkan pagar, UMKM bisa fokus pada hal yang mereka kuasai membuat produk yang baik dan melayani pelanggan dengan jujur. Begitu dua hal ini lebih selaras, biaya penyesuaian tidak lagi berat sebelah, sengketa bisa selesai lebih cepat, dan pertumbuhan pasar digital terasa sampai ke pelapak rumahan di gang-gang kecil. Itu tujuan kenapa ekosistem ini perlu terus dirapikan, agar yang kecil punya peluang nyata untuk tumbuh. (Hariyoto, 2021).

Sejumlah penelitian telah mengkaji perubahan bisnis UMKM dalam adaptasi terhadap era digital dan perdagangan melalui sistem elektronik dari berbagai sudut pandang. Kajian-kajian tersebut umumnya menempatkan isu E-commerce dalam kerangka kebijakan publik, dengan menyoroti implikasi hukum secara normatif serta peran negara dalam mendorong inovasi, pemulihan ekonomi, dan keberlanjutan UMKM. Pendekatan ini memberikan pemahaman awal yang penting mengenai bagaimana regulasi dan kebijakan dirancang untuk merespons perkembangan ekonomi digital.

Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyu Hidayat dan Nur Kholik, pembahasan mengenai perubahan bisnis UMKM dalam adaptasi terhadap era digital dan E-commerce umumnya ditempatkan dalam kerangka kebijakan publik dan hukum pembangunan. Kajian tersebut menekankan implikasi hukum secara normatif serta peran pemerintah dalam mendorong inovasi dan keberlanjutan UMKM melalui penguatan regulasi dan pembinaan. Dalam pendekatan ini, UMKM cenderung diposisikan sebagai objek kebijakan yang perlu difasilitasi dan dibina, sementara dinamika praktik operasional di dalam platform digital belum menjadi fokus utama kajian (Hidayat & Kholik, 2024).

Selain kajian yang menyoroti perubahan bisnis UMKM dan peran pemerintah dalam mendorong adaptasi E-commerce, terdapat pula penelitian lain yang membahas ekonomi digital dari sudut pandang yang berbeda, yakni aspek fiskal dan perpajakan. Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya mengubah pola transaksi dan model bisnis, tetapi juga menantang sistem perpajakan konvensional yang selama ini menjadi instrumen utama penerimaan negara. Artikel yang mengkaji pemajakan E-commerce tersebut menggunakan sudut pandang kebijakan fiskal dan hukum perpajakan digital, dengan pendekatan normatif-kritis yang menekankan pentingnya keadilan fiskal, inklusivitas kebijakan, serta penataan arsitektur perpajakan yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital. Melalui pendekatan ini, negara diposisikan sebagai aktor sentral dalam merancang kebijakan yang mampu menyeimbangkan kebutuhan penerimaan negara dengan perlindungan dan kepastian hukum bagi pelaku usaha di era digital. (Simanungkalit et al., 2025)

Berbeda dengan sudut pandang tersebut, artikel ini memposisikan UMKM sebagai subjek hukum yang berhadapan langsung dengan kebijakan internal platform digital yang bersifat dinamis dan sering kali sepihak. Kajian ini tidak hanya menelaah regulasi negara, tetapi juga membandingkannya dengan “aturan rumah” platform marketplace untuk melihat bagaimana kedua rezim aturan tersebut secara konkret memengaruhi hasil harian UMKM, khususnya terkait visibilitas produk, struktur biaya, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Dengan demikian, artikel ini menyoroti ketegangan antara aturan publik dan kebijakan platform yang belum menjadi fokus utama dalam penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan bahwa UMKM mendapat panggung dari platform namun sekaligus terikat pada “aturan rumah” yang berubah cepat sementara negara sudah menyiapkan pagar regulasi muncul satu pertanyaan kunci Sejauh mana kebijakan internal platform e-commerce berfungsi sebagai aturan privat yang menentukan visibilitas, margin, dan penyelesaian sengketa UMKM, serta bagaimana bentuk perlindungan dan dukungan hukum yang telah diberikan negara terhadap UMKM dalam ekosistem e-commerce, serta sejauh mana intervensi negara diperlukan agar beban adaptasi digital tidak sepenuhnya ditanggung pelaku usaha kecil?

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, penelitian ini bertujuan untuk memetakan seberapa besar pengaruh aturan publik dan kebijakan platform terhadap hasil harian UMKM di marketplace. Fokusnya pada tiga hal yang mudah dilacak: visibilitas produk, struktur biaya, dan cara penyelesaian masalah. Selain itu, penelitian ini bertujuan menyusun langkah praktis bagi pemerintah, platform, dan UMKM agar aturan publik dan aturan platform lebih selaras. Target akhirnya sederhana: risiko bagi pelaku kecil berkurang, trafik lebih stabil, dan usaha lebih tahan banting tanpa menghambat inovasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perspektif, yakni menelaah hukum positif sekaligus memberi pandangan analitis atas praktiknya di ekosistem perdagangan digital UMKM. Fokusnya menilai sejauh mana pengaturan yang berlaku benar-benar melindungi pelaku kecil ketika berhadapan dengan kebijakan internal platform (misalnya perubahan komisi, algoritma penayangan, serta tata cara komplain/banding). Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Bahan hukum yang ditelaah meliputi UU UMKM, UU ITE beserta aturan turunannya di bidang PMSE, serta doktrin/asas perlindungan hukum yang relevan. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan mengaitkan norma yang berlaku dengan pola praktik yang lazim, untuk memetakan celah dan menyusun rekomendasi operasional bagi pemerintah, platform, dan UMKM.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Besarnya peran UMKM dalam perekonomian menegaskan bahwa posisi mereka di pasar digital bukan isu pinggiran. Di Indonesia, UMKM mencakup sekitar 99% dari seluruh unit usaha, menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto, serta menyerap hampir 97% tenaga kerja nasional. Kontribusi serupa juga terlihat secara global, di mana UMKM menjadi tulang punggung ekonomi di berbagai negara berkembang, baik dalam penyerapan tenaga kerja, produksi, maupun ekspor. Fakta ini menunjukkan bahwa keberlangsungan UMKM memiliki dampak langsung terhadap stabilitas ekonomi dan kesejahteraan sosial. Oleh karena itu, ketika UMKM semakin bergantung pada platform digital sebagai saluran utama distribusi dan pemasaran, ketimpangan relasi antara platform sebagai pengatur pasar dan

UMKM sebagai pelaku usaha kecil menjadi persoalan struktural yang tidak dapat diabaikan. Ketergantungan tersebut memperbesar risiko ketika aturan internal platform berubah secara sepihak, karena dampaknya tidak hanya dirasakan pada level usaha individual, tetapi juga berpotensi memengaruhi perekonomian secara lebih luas. (Harahap & Tambunan, 2022)

Persaingan yang ketat dalam ekosistem e-commerce menempatkan UMKM pada posisi yang rentan karena keterbatasan modal, sumber daya, dan infrastruktur dibandingkan pelaku usaha besar yang unggul dalam visibilitas, promosi, dan efisiensi distribusi. Tantangan tersebut diperparah oleh rendahnya pemahaman UMKM terhadap perlindungan hak kekayaan intelektual, kompleksitas kewajiban perpajakan, serta dinamika regulasi digital yang terus berubah dan menambah beban administrasi. Di sisi lain, keterbatasan sumber daya manusia, kemampuan teknologi, serta pengelolaan inventaris dan logistik turut menghambat daya saing UMKM dalam menjaga kualitas layanan dan kepercayaan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa tantangan UMKM dalam e-commerce bersifat struktural dan multidimensional, sehingga memerlukan peningkatan kapasitas internal UMKM sekaligus dukungan kebijakan yang mampu menciptakan iklim usaha digital yang lebih adil dan berkelanjutan (Arbani, 2025).

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa tantangan struktural UMKM dalam ekosistem e-commerce perlu direspons melalui kerangka regulasi digital yang komprehensif dan adaptif, tidak hanya untuk melindungi pelaku usaha kecil tetapi juga untuk menjaga kedaulatan digital nasional. Negara dituntut menghadirkan pengaturan yang efektif, termasuk penguatan perlindungan data dan mekanisme pengawasan yang independen, agar dominasi platform digital tidak berkembang tanpa kendali. Pada saat yang sama, pelaku usaha dan penyelenggara teknologi perlu menyesuaikan praktik bisnisnya agar selaras dengan standar perlindungan hukum dan pemanfaatan teknologi yang bertanggung jawab. Pendekatan yang seimbang ini penting untuk memastikan perlindungan kepentingan ekonomi, kepastian hukum, serta keberlanjutan inovasi dalam ekosistem e-commerce (Fauzi et al., 2024).

Dalam konteks tersebut, platform perdagangan elektronik tidak lagi dapat diposisikan semata-mata sebagai perantara transaksi yang netral, melainkan telah berkembang menjadi aktor yang memiliki kewenangan faktual dalam menentukan aturan main pasar digital. Melalui kebijakan internal, pengaturan algoritma penayangan, sistem komisi, serta mekanisme sanksi dan penyelesaian sengketa, platform berfungsi sebagai *private rule maker* yang secara langsung memengaruhi akses pasar, visibilitas produk, dan keberlanjutan usaha UMKM (Kamil et al., 2022). Ketergantungan UMKM terhadap aturan privat ini bersifat tidak terelakkan, karena kepatuhan terhadap kebijakan platform menjadi syarat utama keberlangsungan usaha. Akibatnya, relasi antara platform dan pelaku usaha kecil cenderung asimetris, di mana UMKM memiliki posisi tawar yang lemah dan minim kendali atas perubahan kebijakan yang berdampak langsung pada pendapatan dan eksistensi usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kekuasaan normatif platform telah melampaui fungsi teknis semata dan memunculkan persoalan hukum terkait keadilan, kepastian, serta perlindungan bagi pelaku usaha kecil dalam ekosistem perdagangan elektronik (Dianta, 2023).

Pasar digital menempatkan UMKM dalam dua kerangka pengaturan sekaligus. Di satu sisi terdapat norma publik yang menuntut transparansi identitas pelaku usaha, keamanan transaksi, akses pengaduan, serta kebijakan afirmasi bagi produk lokal. Di sisi lain, terdapat "aturan rumah" platform yang mengatur aspek operasional seperti visibilitas produk, besaran komisi, skema promosi, proses verifikasi, hingga mekanisme banding. Ketika kedua kerangka tersebut tidak berjalan selaras, pelaku usaha kecil menjadi pihak yang paling awal menanggung biaya penyesuaian, mulai dari menurunnya visibilitas hingga

terkikisnya margin usaha. Kondisi ini menjadi semakin penting mengingat UMKM merupakan sektor vital yang menopang perekonomian Indonesia, sehingga perlindungan hukum terhadap UMKM diperlukan untuk menjaga kemandirian dan keberlanjutan ekonomi nasional (Purcahyono, 2025). Perkembangan perdagangan digital melalui e-commerce merupakan konsekuensi logis dari kemajuan teknologi, namun celah hukum yang berpotensi merugikan UMKM tetap perlu dicegah dan diminimalkan melalui regulasi yang adaptif tanpa menghambat inovasi. Dalam konteks ini, kehadiran Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 memberikan dasar hukum bagi perlindungan UMKM dalam ekosistem perdagangan berbasis elektronik, agar pelaku usaha dapat menjalankan kegiatan usahanya secara lebih aman dan adil. Meski demikian, efektivitas perlindungan tersebut tetap memerlukan pengawasan dan evaluasi berkala oleh pemerintah, serta kesiapan UMKM untuk terus berinovasi dan meningkatkan kemampuan adaptasi digital agar mampu bersaing secara sehat di pasar e-commerce. (Pantow, 2024)

Tantangan terbesar dalam platform digital muncul dari sifat bisnis digital yang tidak lagi mengikuti pola pasar tradisional. Model bisnis multisisi membuat platform tidak hanya sekadar menjadi penyedia layanan, tetapi juga pengatur ekosistem dan hubungan antarpengguna. Mereka menentukan visibilitas konten, melakukan moderasi, mengendalikan arus data, serta mengatur alur promosi dan iklan. Ketika platform digital mengendalikan transaksi dan visibilitas produk, pelaku usaha kecil semakin bergantung pada kebijakan platform. Studi terbaru mengenai kedaulatan digital menunjukkan bahwa ketimpangan kekuasaan seperti ini menimbulkan risiko terhadap kemandirian negara dalam mengatur ruang siber, terutama ketika data warga dikuasai oleh perusahaan global alih-alih otoritas domestik (Fauzi, 2024). Ketergantungan pelaku usaha kecil pada platform juga berdampak pada mekanisme persaingan di pasar digital. Salah satu bentuk dampak tersebut terlihat pada cara algoritma membentuk visibilitas produk dan peluang usaha.

Menurut penelitian Yanuardin dan M. Thahir (Yanuardin & Thahir, 2025), algoritma platform e-commerce cenderung memprioritaskan produk dengan rating tinggi dan lalu lintas besar sehingga menciptakan *Matthew Effect*, yaitu kondisi di mana pelaku yang sudah unggul semakin diuntungkan. Praktik manipulasi sistem seperti ulasan palsu, penggunaan *traffic bot*, dan pembelian rating semakin memperlebar ketimpangan dan merugikan UMKM yang menjalankan usaha secara etis. Akibatnya, banyak produk UMKM tersembunyi di halaman belakang pencarian meskipun memiliki kualitas yang baik. Dominasi platform atas pengelolaan algoritma menempatkan pelaku usaha kecil pada posisi pasif tanpa kendali nyata atas visibilitas dan keberlangsungan usahanya di pasar digital. Kondisi ini memicu asimetri informasi dan kekuasaan pasar serta membuka ruang bagi praktik monopoli dan *predatory pricing* dalam ekosistem perdagangan elektronik.

Ketimpangan ini diperparah oleh dominasi algoritma platform yang menciptakan *Matthew Effect*, di mana pelaku usaha bermodal besar dapat dengan mudah memanipulasi visibilitas untuk menyingkirkan UMKM dari pasar digital. Kondisi asimetri kekuasaan tersebut membuka celah lebar bagi praktik *predatory pricing*, yang sayangnya belum mampu dijangkau secara optimal oleh UU No. 5 Tahun 1999 karena keterbatasan wewenang KPPU dalam mengawasi dinamika pasar berbasis data dan lintas batas (Daulima et al., 2023). Oleh karena itu, berkaca dari sulitnya pembuktian dan lemahnya penegakan sanksi pada kasus konvensional seperti PT ACK, Indonesia mendesak adanya reformulasi wewenang KPPU melalui penguatan akuntabilitas algoritmik (*algorithmic accountability*) (Andrina et al., 2024). Negara tidak boleh lagi membiarkan algoritma menjadi *black box* yang kebal hukum di bawah dalih rahasia dagang, sementara UMKM perlahan tereliminasi akibat ketidakpastian struktur pasar yang asimetris. Diperlukan mandat hukum yang memberikan KPPU otoritas untuk melakukan audit algoritma secara berkala guna mendeteksi praktik *self-*

preferencing dan manipulasi harga secara sistemik sebelum kerusakan pasar menjadi permanen. Tanpa adanya transparansi atas parameter dasar penayangan dan distribusi informasi, upaya perlindungan UMKM melalui regulasi seperti Permendag No. 31 Tahun 2023 hanya akan berhenti pada tataran retorika normatif. Sebab, kedaulatan digital sesungguhnya terletak pada kemampuan negara untuk menembus tembok aturan privat platform dan menjamin bahwa keadilan kompetisi tetap tegak, bahkan di dalam baris-baris kode yang paling tersembunyi sekalipun.

Kerentanan posisi UMKM dalam ekosistem platform digital dapat ditelusuri pada apa yang oleh Lina Khan disebut sebagai paradoks dalam hukum persaingan usaha (Khan, 2017). Khan mengemukakan bahwa pendekatan konvensional hukum persaingan yang menitikberatkan pada indikator kesejahteraan konsumen, terutama melalui harga murah, kerap tidak mampu menangkap risiko struktural yang muncul dalam model bisnis platform digital. Platform tidak hanya berfungsi sebagai penyedia infrastruktur pasar, tetapi juga berpotensi bertindak sebagai pelaku usaha yang bersaing langsung dengan pedagang pihak ketiga. Dalam situasi demikian, praktik *self-preferencing* dan pemanfaatan data transaksi secara sistemik dapat memberikan keunggulan kompetitif yang tidak seimbang bagi platform, termasuk dalam hal visibilitas produk dan strategi penetapan harga. Dampaknya, persaingan pasar berpotensi bergeser dari adu kualitas dan inovasi menjadi penguasaan akses data dan informasi. Apabila otoritas persaingan usaha, termasuk KPPU, masih bertumpu pada parameter konvensional tanpa mengembangkan kerangka pengawasan yang lebih adaptif terhadap karakteristik ekonomi digital, maka risiko terbentuknya konsentrasi pasar yang merugikan UMKM dan melemahkan kemandirian ekonomi nasional akan semakin sulit dihindari.

Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan algoritma dan dominasi platform tidak berhenti pada kerugian UMKM, tetapi juga berimplikasi langsung pada struktur persaingan usaha di pasar digital. Dari perspektif perlindungan konsumen dan persaingan usaha, platform menghadirkan dinamika yang lebih rumit. Regulasi persaingan tradisional yang berbasis pada pendekatan “kesejahteraan konsumen” tidak lagi mencukupi untuk menilai perilaku platform digital. Praktik platform yang tampak efisien, misalnya promosi besar-besaran atau penyediaan layanan gratis, tidak serta-merta berarti tanpa risiko (Wijatmoko, 2025). Dalam jangka panjang, dominasi platform besar dapat menghambat kesempatan pelaku usaha kecil, menciptakan hambatan masuk bagi pendatang baru, dan memperbesar ketimpangan ekonomi digital. Penelitian hukum persaingan di Indonesia menegaskan bahwa reformulasi pendekatan terhadap platform diperlukan, terutama untuk mengenali bentuk-bentuk eksklusi baru seperti *self-preferencing*, pengaturan algoritmik, dan ketergantungan data (Fauzi, 2024).

Kondisi ketimpangan dalam ekosistem platform digital semakin dirasakan oleh UMKM di tingkat lokal, yang pada praktiknya masih banyak beroperasi secara terbatas dan belum mampu memanfaatkan perdagangan elektronik secara optimal. Berbagai studi lapangan menunjukkan bahwa UMKM di daerah cenderung masih bergantung pada pasar lokal, memiliki orientasi ekspansi yang rendah, serta menghadapi keterbatasan literasi dan strategi pemasaran digital yang adaptif. Padahal, kemampuan berinovasi dan orientasi pasar yang lebih luas merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah globalisasi dan dominasi platform e-commerce. Pemanfaatan teknologi digital sejatinya membuka peluang interaksi yang lebih intens antara pelaku usaha dan konsumen, yang berpotensi memperkuat kepercayaan pasar dan meningkatkan kinerja usaha. Namun, keterbatasan literasi teknologi dan minimnya pendampingan menyebabkan banyak UMKM belum mampu mengoptimalkan peluang tersebut, sehingga perkembangan usaha cenderung stagnan. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah, akademisi, dan pemangku

kepentingan terkait dalam mendorong penguatan kapasitas digital UMKM melalui edukasi berkelanjutan dan pendampingan yang kontekstual, agar transformasi digital tidak memperlebar ketimpangan struktural dalam persaingan usaha, melainkan menjadi sarana pemerataan kesempatan dan peningkatan kesejahteraan pelaku usaha kecil (Kustanto & Prabowo, 2022).

Berbagai kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce yang disertai dengan tingkat literasi digital yang memadai mampu memberikan dampak positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM, khususnya dalam meningkatkan efisiensi operasional, pengelolaan biaya, serta memperluas akses pasar. Dukungan berupa edukasi digital, ketersediaan infrastruktur, dan kebijakan yang berpihak menjadi faktor krusial dalam membangun ekosistem digital yang berkelanjutan dan inklusif bagi UMKM di tengah era transformasi digital (Alfaqih, 2025). Melalui sistem e-commerce, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa hambatan geografis, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing produk melalui strategi diferensiasi, penetapan harga yang kompetitif, serta pemasaran berbasis pengalaman konsumen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Priambada, 2017)(Andreani, 2007). Oleh karena itu, optimalisasi manfaat e-commerce bagi UMKM sangat bergantung pada penguatan kapasitas digital sebagai fondasi utama dalam ekosistem perdagangan elektronik (Utami et al., 2023).

Di sisi lain, meskipun UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional di tengah disrupsi teknologi dan berkembangnya perdagangan digital, proses digitalisasi juga menghadirkan tantangan adaptasi serta persaingan yang semakin kompleks, termasuk dalam ekosistem social commerce. Dalam konteks tersebut, kehadiran Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 diposisikan sebagai instrumen pengawasan yang bertujuan menciptakan persaingan usaha yang sehat, memberikan perlindungan hukum bagi UMKM di platform elektronik, serta mendorong penguatan produk dalam negeri melalui kebijakan afirmatif. Namun demikian, efektivitas regulasi tersebut tidak hanya ditentukan oleh substansi aturan, melainkan juga oleh tingkat literasi regulasi dan kesiapan UMKM dalam memahami serta memanfaatkan kebijakan yang ada agar mampu bersaing secara berkelanjutan di ruang digital (Trideta et al., 2024).

Dinamika pasar digital saat ini menegaskan bahwa kebijakan negara tidak boleh lagi bersifat sektoral, melainkan harus berbasis pada tata kelola yang menyeluruh dan adaptif. Urgensi kehadiran negara terletak pada perannya sebagai penyeimbang kepentingan antara platform penguasa dan pelaku usaha kecil, guna memastikan bahwa beban penyesuaian teknologi terdistribusi secara adil. Regulasi yang tepat guna akan memosisikan negara bukan hanya sebagai pengawas, melainkan penjaga kedaulatan digital yang mendorong pertumbuhan inovasi lokal dalam ekosistem perdagangan elektronik yang berkeadilan (Gumati, 2024).

Dalam ekosistem *e-commerce*, negara memang tidak memosisikan diri sebagai pemain pasar, melainkan sebagai penjaga keseimbangan melalui fungsi *regulatory state*. Meskipun pasar digital tampak seperti ruang privat yang diatur oleh "aturan rumah" platform, aktivitas di dalamnya memiliki dampak publik yang masif karena menyangkut hajat hidup jutaan pelaku usaha kecil. Kehadiran negara menjadi imperatif untuk menjembatani asimetri kekuatan (*market asymmetry*) yang ekstrem antara platform sebagai penguasa ekosistem dan UMKM sebagai pelaku usaha dengan posisi tawar rendah. Sejalan dengan mandat perlindungan dalam UUPK dan PP PSTE, negara wajib memastikan bahwa *public interest* tetap terlindungi terutama ketika transparansi identitas dan kepastian kontrak yang diatur secara normatif sering kali "menguap" dalam praktik di etalase digital (Ibrahim, 2024). Dengan kata lain, intervensi negara bukan bertujuan untuk mengekang inovasi, melainkan

untuk menjamin bahwa ruang privat platform tidak bertransformasi menjadi area kebal hukum yang membiarkan pihak lemah menanggung seluruh risiko sendirian.

Kerentanan pelaku usaha kecil dalam ekosistem perdagangan digital bersumber dari ketergantungan yang sangat tinggi terhadap mekanisme algoritma, sistem peringkat, serta skema biaya layanan yang ditentukan sepihak oleh pengelola pasar daring. Dalam hubungan ini, para pelaku usaha mikro praktis tidak memiliki daya tawar karena aturan internal yang diberlakukan sering kali bersifat mutlak tanpa peluang negosiasi, terutama saat mereka dihadapkan pada risiko pembekuan akun tanpa alasan yang jelas serta sistem penyelesaian sengketa internal yang tidak berpihak pada mereka. Ketidakberdayaan pelaku usaha dalam menghadapi perubahan kebijakan yang mendadak ini menunjukkan adanya ketimpangan yang nyata, sehingga intervensi negara melalui regulasi yang tegas menjadi sangat sah dan diperlukan untuk memastikan keadilan bagi pihak yang paling lemah dalam rantai perdagangan elektronik ini.

Sebagai wujud nyata kehadiran negara, peta regulasi saat ini telah menyediakan berbagai instrumen hukum seperti Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Dasar aturan tersebut diperkuat secara teknis melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan yang paling terbaru adalah Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Rangkaian peraturan ini dirancang untuk menciptakan jaring pengaman bagi pelaku usaha kecil agar tidak tergilas oleh dominasi pasar digital, menjamin terciptanya iklim persaingan yang sehat, serta memberikan dorongan nyata bagi penguatan produk dalam negeri di tengah gempuran barang luar negeri. Melalui seperangkat aturan ini, negara berupaya mengalihkan orientasi pasar digital yang semula hanya mengejar keuntungan dan efisiensi menjadi ekosistem yang berbasis pada perlindungan hak serta keadilan ekonomi nasional.

Melalui Permendag Nomor 31 Tahun 2023, negara menunjukkan pergeseran sikap yang signifikan dari sekadar pengamat menjadi pengatur aktif yang mulai menyentuh relasi mendalam antara pelaku usaha kecil dan pengelola platform. Peraturan ini memberikan terobosan dengan mengatur batasan praktik persaingan tidak sehat serta menertibkan fenomena perdagangan sosial guna mencegah penguasaan pasar yang tidak terkendali. Langkah tersebut dipandang positif karena menandakan negara tidak lagi bersikap netral yang pasif, melainkan secara sadar hadir untuk memulihkan ketimpangan kekuasaan di pasar digital. Namun, substansi peraturan ini dinilai masih didominasi oleh pendekatan makro dan administratif, sehingga belum sepenuhnya mampu menjangkau kerumitan operasional serta detail teknis harian yang sering kali menjadi sumber ketidakadilan nyata bagi pelaku usaha mikro di lapangan (Mahran & Sebyar, 2023).

Meskipun kerangka hukum telah tersedia, efektivitas perlindungan tersebut sering kali terhenti pada hambatan struktural yang dihadapi langsung oleh pelaku usaha kecil. Keterbatasan sumber daya manusia dan rendahnya literasi hukum membuat UMKM kesulitan untuk memahami hak-hak normatif mereka, apalagi menempuh jalur keberatan hukum yang birokratis dan rumit (Pranata et al., 2025). Masalah ini diperparah oleh mekanisme pengaduan internal platform yang cenderung kaku dan tidak ramah bagi pengguna kecil, serta lemahnya penegakan sanksi yang tegas dari otoritas terkait terhadap pelanggaran aturan privat platform. Kondisi tersebut menciptakan jurang lebar antara keberadaan peraturan di atas kertas dengan kenyataan akses terhadap keadilan di lapangan. Tanpa adanya penyederhanaan prosedur hukum dan penguatan pengawasan yang

menjangkau detail operasional, regulasi hanya akan menjadi beban administratif tambahan tanpa memberikan perlindungan nyata bagi posisi tawar UMKM yang masih sangat rentan.

Dengan demikian, kehadiran negara dalam ekosistem e-commerce idealnya tidak berhenti pada pembentukan kerangka normatif dan mekanisme penyelesaian sengketa formal semata, tetapi juga harus memastikan bahwa instrumen hukum tersebut benar-benar operasional dan relevan dengan realitas relasi kuasa di dalam platform digital. Perlindungan hukum yang efektif menuntut negara untuk bergerak pada wilayah pengaturan tidak langsung (*indirect regulation*), yakni dengan menetapkan prinsip proporsionalitas, kewajiban transparansi kebijakan platform, serta standar minimum perlindungan bagi UMKM tanpa harus mencampuri mekanisme teknis internal secara berlebihan (Dewantoro et al., 2019). Pendekatan ini menjadi krusial agar intervensi negara tidak mematikan inovasi pasar, tetapi sekaligus mampu menutup celah ketimpangan struktural yang selama ini membuat pelaku usaha kecil menanggung beban penyesuaian regulasi dan risiko ekonomi secara tidak seimbang.

Perlindungan hukum bagi UMKM dalam ekosistem e-commerce tidak dapat dipahami semata sebagai keberadaan regulasi formal, melainkan harus diwujudkan melalui penguatan kapasitas pelaku usaha secara nyata dan berkelanjutan. Karakter transaksi e-commerce yang bersifat non-face dan non-sign menuntut model perlindungan yang cepat, murah, dan minim formalitas, sehingga pendekatan penyelesaian sengketa melalui negosiasi, mediasi, dan konsiliasi menjadi lebih relevan dibanding mekanisme litigasi yang berbelit (Salami & Bintoro, 2013). Dalam konteks ini, peran negara idealnya tidak masuk ke ranah teknis seperti pengaturan algoritma, tetapi hadir sebagai fasilitator ekosistem digital melalui pembangunan dan penyebaran pengetahuan, penetapan standar, perlindungan konsumen, serta penguatan daya saing UMKM dan produk local (Bahtiar, 2020). Tanpa perlindungan yang berorientasi pada pemberdayaan tersebut, UMKM berisiko menjadi objek eksploitasi dalam relasi kuasa yang timpang dengan platform digital. Sebaliknya, kehadiran negara yang proporsional melalui edukasi hukum dan digital, pendampingan UMKM, serta sinergi antara regulator, platform, dan pelaku usaha dapat menciptakan keadilan digital yang mendorong UMKM naik kelas tanpa mengekang inovasi pasar.

Penutup

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa posisi UMKM dalam ekosistem e-commerce berada dalam kondisi yang paradoksal. Di satu sisi, digitalisasi dan platform e-commerce membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat daya saing. Namun di sisi lain, ketergantungan yang tinggi terhadap platform digital justru menempatkan UMKM dalam relasi kuasa yang asimetris, di mana kebijakan internal, algoritma, dan mekanisme operasional platform berfungsi sebagai aturan privat yang secara langsung menentukan visibilitas, margin keuntungan, serta keberlangsungan usaha pelaku usaha kecil. Kondisi ini menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi UMKM dalam e-commerce tidak semata bersifat teknis atau individual, melainkan struktural dan sistemik, sehingga tidak dapat diselesaikan hanya melalui mekanisme pasar atau peningkatan kapasitas UMKM secara mandiri.

Dalam konteks tersebut, kehadiran negara menjadi krusial, namun harus ditempatkan secara proporsional. Negara tidak dituntut untuk mengintervensi aspek teknis internal platform secara langsung, melainkan hadir melalui pengaturan tidak langsung yang berfokus pada dampak kebijakan platform terhadap keadilan persaingan dan perlindungan UMKM. Pendekatan ini mencakup penetapan standar transparansi kebijakan, pembatasan klausula

baku yang merugikan, penguatan mekanisme penyelesaian sengketa yang mudah diakses, serta pemberdayaan UMKM melalui edukasi hukum dan literasi digital. Dengan demikian, negara berperan sebagai penyeimbang relasi kuasa dan fasilitator ekosistem, bukan sebagai pengganti mekanisme pasar. Perlindungan hukum yang bersifat struktural dan berorientasi pada keadilan digital inilah yang menjadi kunci untuk memastikan bahwa transformasi e-commerce tidak memperlebar ketimpangan, melainkan mendorong terciptanya ekonomi digital yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan bagi UMKM.

Daftar Pustaka

- Alfaqih, S. A. (2025). Dampak E-Commerce Terhadap UMKM Di Indonesia: Peluang Dan Hambatan. *Indonesian Journal of Economics Management and Accounting*, 2(7), 2094–2102.
- Andreani, F. (2007). EXPERIENTIAL MARKETING (SEBUAH PENDEKATAN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, 2(1).
- Andrina, B., Anggraini, A. M. T., & Koresponden, P. (2024). ANALISIS YURIDIS PRAKTIK MONOPOLI DALAM JASA PENGURUSAN TRANSPORTASI PENGIRIMAN (EKSPOR) BENIH BENING LOBSTER BERDASARKAN UU NOMOR 5 TAHUN 1999 (STUDI TERHADAP PUTUSAN KPPU NOMOR 04/KPPU- 1/2021). 1.
- Arbani, M. (2025). Aspek Hukum Perlindungan Umkm dalam Penjualan di E-Commerce: Tantangan dan Solusi di Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 6(2), 1166–1175. <https://doi.org/10.46799/jsa.v6i2.2115>
- Bahtiar, R. (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, 13–25. <https://doi.org/10.22212/jekp.v11i1.1485>
- Daulima, S., Kurniawan, J., & Suryajaya, K. (2023). Masa Depan Regulasi Hukum Terkait Praktik Predatory Pricing dalam Implementasi E-commerce di Indonesia. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(6), 61–70. <https://doi.org/10.572349/civilia.v2i6.1394>
- DDTC, T. P. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor: 80 Tahun 2019. PERPAJAKAN DDTC - One Stop Indonesian Tax Documentation*. <https://perpajakan.ddtc.co.id/sumber-hukum/peraturan-pusat/peraturan-pemerintah-80-tahun-2019>
- Dewantoro, F. D., Njatrijani, R., & Lestari, S. N. (2019). ANALISIS YURIDIS TERHADAP PELAKSANAAN BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE. *Diponegoro Law Journal*, 8(2), 1133–1144.
- Dianta, D. (2023). Urgensi Penegakan Hukum E-Commerce di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v3i1.173>
- Fauzi, E., Citra, H., Marwenny, E., & Alfitrianti, N. (2024). Control of Personal Data and Cyber Space by Global Digital Platforms in Relation to Indonesia's Digital Sovereignty. *Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi*, 4(1), 149–157. <https://doi.org/10.69989/5f8ff494>
- Fauzia, I. Y. (2016). Pemanfaatan e-commerce dan m-commerce dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 237. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.705>
- Gumati, M. R. (2024). Digital Sovereignty and State Power: Indonesia's Approach to Digital Platforms Regulation. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 14(1), 99–126. <https://doi.org/10.15575/jispo.v14i1.39500>
- Harahap, N. A., & Tambunan, K. (2022). UMKM DAN PEMBANGUNAN. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(2), 228–235. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i2.652>

- 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. <https://doi.org/10.38043/jah.v7i1.5052>
- Humas. (2019, December 4). Inilah Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Sekretariat Kabinet Republik Indonesia*. <https://setkab.go.id/inilah-peraturan-pemerintah-nomor-80-tahun-2019-tentang-perdagangan-melalui-sistem-elektronik/>
- Ibrahim, A. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP PERJANJIAN STANDAR DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI E-COMMERCE DI INDONESIA BERDASARKAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 3(3), 487–494. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i3.88>
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce: UMKM Assistance through the Utilization of Digital Marketing on the e-Commerce Platform. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Khan, L. M. (2017). Amazon's Antitrust Paradox. *The Yale Law Journal*.
- Kustanto, A., & Prabowo, M. S. (2022). SOSIALISASI HUKUM MENGENAI TANTANGAN UMKM DALAM PENERAPAN DIGITAL MARKETING DENGAN IMPLEMENTASI PERATURAN WALIKOTA SEMARANG NO 90 TAHUN 2020 DI KELURAHAN PONGANGAN. *ABDIMAS UNWAHAS*, 7(1). <https://doi.org/10.31942/abd.v7i1.6562>
- Mahrana, Z. A., & Sebyar, M. H. (2023). Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial*, 1(4), 51–67. <https://doi.org/10.51903/hakim.v1i4.1440>
- Pakpahan, D. H. (2025, October 24). *Kemenkop UKM Godok Aturan Baru, Beri Perlindungan untuk 30 Juta Pelaku UMKM Digital – Digitalbank.id*. <https://www.digitalbank.id/digi-regulations/77671156/kemenkop-ukm-godok-aturan-baru-beri-perlindungan-untuk-30-juta-pelaku-umkm-digital/>
- Pantow, F. P. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM USAHA MIKRO KECIL MENENGAH TERHADAP PLATFORM SOCIAL COMMERCE: Legal Protection for Micro Small Medium Enterprises Against Social Commerce Platform. *Jurnal Globalisasi Hukum*, 1(2), 249–274. <https://doi.org/10.25105/jgh.v2i1.21048>
- Pranata, M. F., Fakhri, A. A., Fakhri, D., Afiyah, W., Azzahrah, F., Islami, S. N. A. N., Pranata, R., & Sya'ban, P. (2025). Penguatan Strategi Pemasaran UMKM Gethuk Magic Ditengah Keterbatasan SDM dan Laporan Keuangan di Era Digital. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 336–341. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i2.2311>
- Priambada, S. (2017). *POTENSI MEDIA SOSIAL BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI MALANG RAYA*.
- Purcahyono, D. (2025). Perlindungan Hukum bagi Pelaku UMKM dalam Kontrak Bisnis Digital. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 5(4), 3590–3599. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i4.4539>
- Salami, R. U., & Bintoro, R. W. (2013). ALETRNATIF PENYELESAIAN SENGKETA DALAM SENGKETA TRANSAKSI ELEKTRONIK (E-COMMERCE). *Jurnal Dinamika Hukum*, 13(1), 124–135. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2013.13.1.161>
- Simanungkalit, R. L., Tridianto, A., Indriastuti, D., Indryani, Jaya, I., & Sihite, R. (2025). Advokasi Hukum dan Kebijakan untuk Perpajakan E-commerce yang Inklusif dan

- Berkeadilan. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2), 2034–2044. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i2.1485>
- Trideta, R. A., Maulani, A. T., Wulandari, T., Harmono, H., & Permana, D. Y. (2024). Implementation Of Permendag No. 31 Of 2023 On The Merger Of Tiktok Shop Social Commerce With Tokopedia E-Commerce And The Impact On Umkm Actors. Tokopedia E-Commerce And The Impact On Umkm Actors. *Edunity Kajian Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(7), 514–521. <https://doi.org/10.57096/edunity.v3i7.267>
- Utami, C., Setiawati, N., & Maryuni, Y. (2023). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Tengah Perubahan Global: Membangun Bisnis Online Menghadapi Kompetitor. *Jurnal Sejarah Indonesia*, 6, 91–104. <https://doi.org/10.62924/jsi.v6i2.32601>
- Yanuardin, Y., & Thahir, M. (2025). E-Commerce dan Praktek Keadilan Ekonomi: Perspektif Syariah terhadap Persaingan Usaha. *Rechtsnormen Jurnal Komunikasi Dan Informasi Hukum*, 4(1), 55–59. <https://doi.org/10.56211/rechtsnormen.v4i1.1157>