PUNGGAWA
LAW REVIEW
Punggawa Law Review
Volume 2, Number 1, 2027
E-ISSN: 3125-0580
Open Access: punggawajournal.com/plr

Perlindungan Hukum UMKM dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat di Ekosistem Digital: Rekonstruksi Pengawasan Platform dan Keadilan Pasar

Fathir Rapahilan Anas Rizki[1], Muhammad Iklil Suwardi[2], Noval Ardika[3]
[1,2,3] Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pamulang, Indonesia
Korespondensi: fathirannas1@gmail.com, Muhammadiklil155@gmail.com, ardikanoval9@gmail.com

Informasi Artikel
Riwayat artikel:
Received Sept 26th, 2026
Revised Nov 4th, 2026
Accepted Nov 12th, 2026

Keyword:
MKM; Persaingan usaha; Platform digital; Algoritma; Posisi dominan; Keadilan ekonomi.

ABSTRAK
Perkembangan perdagangan digital memperluas akses pasar bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), tetapi sekaligus menempatkan pelaku usaha pada ketergantungan terhadap platform yang mengendalikan akses konsumen, data, promosi, dan visibilitas produk. Penelitian ini menganalisis kecukupan kerangka hukum Indonesia dalam melindungi UMKM dari persaingan usaha tidak sehat di ekosistem digital serta merumuskan arah penguatan pengawasannya. Penelitian menggunakan metode hukum normatif melalui pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan analitis terhadap bahan hukum primer, literatur, serta data sekunder kelembagaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa larangan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tetap relevan untuk menilai penyalahgunaan posisi dominan, diskriminasi, penguasaan pasar, dan penetapan harga yang menyingkirkan pesaing. Namun, karakter pasar digital menimbulkan persoalan pembuktian karena praktik algoritmik, penguasaan data, efek jaringan, dan integrasi vertikal tidak selalu tampak sebagai tindakan konvensional. Permendag Nomor 19 Tahun 2026 telah memperbarui tata kelola perdagangan melalui sistem elektronik, tetapi perlindungan persaingan tetap memerlukan koordinasi antarlembaga, transparansi platform yang proporsional, akses pembuktian, dan pemulihan yang dapat dijangkau UMKM. Artikel ini menawarkan kerangka perlindungan berlapis yang menghubungkan hukum persaingan, perdagangan elektronik, dan pemberdayaan UMKM.

© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Perdagangan digital telah mengubah cara UMKM menjangkau konsumen. Penjualan yang sebelumnya bergantung pada lokasi fisik, jaringan distribusi, dan promosi konvensional kini dapat dilakukan melalui lokapasar, media sosial, aplikasi pesan instan, serta layanan perdagangan berbasis elektronik. Perubahan tersebut membuka peluang efisiensi dan perluasan pasar, tetapi manfaatnya tidak otomatis terbagi secara seimbang. Ketika transaksi, promosi, pembayaran, penilaian konsumen, dan akses terhadap data berlangsung melalui infrastruktur yang dikuasai perusahaan platform, pelaku UMKM tidak hanya berhadapan dengan pesaing penjual, melainkan juga dengan pihak yang menetapkan aturan akses menuju pasar.

Skala pemanfaatan perdagangan elektronik menunjukkan bahwa ruang digital telah menjadi bagian penting dari kegiatan ekonomi. Badan Pusat Statistik memperkirakan terdapat 3.816.750 usaha perdagangan elektronik di Indonesia pada 2023. Mayoritas merupakan usaha mikro dan kecil, sementara hanya 15,19 persen usaha yang memiliki laporan keuangan. BPS juga mencatat bahwa 95,33 persen usaha perdagangan elektronik menggunakan pesan instan sebagai media penjualan, sedangkan 17,80 persen memiliki akun penjualan pada lokapasar atau platform digital (Badan Pusat Statistik [BPS], 2025). Data tersebut memperlihatkan bahwa digitalisasi tidak identik dengan penggunaan satu jenis platform. Ekosistem UMKM tersebar pada beragam kanal, dengan kapasitas administrasi dan posisi tawar yang tidak seragam.

Di satu sisi, platform digital menurunkan biaya pencarian pasar dan mempertemukan penjual dengan konsumen dalam jangkauan yang lebih luas. Di sisi lain, ketergantungan pada peringkat

pencarian, sistem rekomendasi, biaya layanan, program promosi, pengelolaan ulasan, serta kebijakan penangguhan akun dapat menciptakan ketimpangan struktural. Pelaku UMKM umumnya tidak memiliki informasi memadai mengenai alasan suatu produk diturunkan visibilitasnya, perubahan komisi, atau dasar penetapan pembatasan akun. Dalam keadaan demikian, kebebasan berkontrak antara penjual dan platform secara formal belum tentu mencerminkan kesetaraan posisi tawar secara substantif.

Persoalan tersebut bukan sekadar kemungkinan teoretis. Publikasi KPPU mengenai perkembangan persaingan usaha digital memuat temuan bahwa 86 persen pelaku usaha yang disurvei menilai algoritma promosi tidak transparan. Publikasi yang sama menyoroti keterbatasan akses penjual terhadap data penjualan serta kekhawatiran bahwa fitur bundling dan perjanjian eksklusif tidak selalu memberi manfaat bagi UMKM (Komisi Pengawas Persaingan Usaha [KPPU], 2025). Temuan ini perlu dibaca sesuai ruang lingkup surveinya, bukan sebagai gambaran statistik seluruh UMKM Indonesia. Meski demikian, temuan tersebut mengindikasikan adanya persoalan tata kelola platform yang relevan bagi hukum persaingan.

Secara konstitusional, Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menempatkan perekonomian sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan. Prinsip tersebut tidak meniadakan kompetisi, tetapi menghendaki agar kegiatan ekonomi tidak berkembang menjadi penguasaan kesempatan usaha oleh segelintir pelaku. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, sebagaimana diubah antara lain melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023, mengarahkan pemberdayaan UMKM untuk membangun struktur perekonomian yang seimbang dan berkeadilan. Sementara itu, Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 mengatur kemudahan, pelindungan, dan pemberdayaan koperasi serta UMKM.

Perlindungan UMKM dalam persaingan digital juga harus dibaca melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang tersebut melarang perjanjian dan kegiatan tertentu yang menghambat persaingan, termasuk penguasaan pasar dan penyalahgunaan posisi dominan. Norma-norma tersebut tetap dapat diterapkan pada pelaku usaha digital sepanjang unsur-unsur hukumnya terpenuhi. Tantangannya terletak pada karakter pasar digital: efek jaringan, skala ekonomi, penguasaan data, integrasi vertikal, serta penggunaan algoritma dapat memperkuat kekuatan pasar tanpa selalu diwujudkan melalui perilaku yang mudah dikenali oleh instrumen penegakan konvensional.

Perubahan regulasi perdagangan elektronik juga penting diperhatikan. Pada 8 Juni 2026, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mulai berlaku dan mencabut Permendag Nomor 31 Tahun 2023. Peraturan baru tersebut mengatur model bisnis penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik, iklan elektronik, pengutamaan produk dalam negeri, pemanfaatan kecerdasan artifisial, pembinaan, pengawasan, serta sanksi administratif (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2026). Pembaruan ini menunjukkan bahwa tata kelola perdagangan digital terus bergerak, sehingga analisis hukum yang masih menjadikan Permendag 31/2023 sebagai ketentuan yang berlaku akan menghasilkan rujukan yang tidak mutakhir.

Penelitian terdahulu telah membahas perlindungan UMKM dari perspektif keadilan ekonomi dan perlindungan kekayaan intelektual. Apriani dan Said (2022) menekankan pentingnya perlindungan hukum terhadap UMKM, khususnya melalui pendaftaran merek dan keberpihakan afirmatif agar usaha kecil mampu bertahan berdampingan dengan usaha besar. Ramadhan (2023) mengkaji pengaturan UMKM berdasarkan keadilan ekonomi dan menyoroti kebutuhan mekanisme perlindungan untuk mengurangi kesenjangan antara usaha besar dan kecil. Kajian mengenai algoritma dan hukum persaingan juga telah berkembang. Lee (2022) menunjukkan bahwa penggunaan algoritma penetapan harga dapat menimbulkan persoalan koordinasi antarpelaku usaha, sedangkan Wahyuningtyas (2024) mengulas risiko algoritma yang tidak transparan dan potensi dampaknya terhadap persaingan. Tejomurti et al. (2024) secara khusus menelaah kesiapan hukum persaingan Indonesia menghadapi penggunaan *big data* dan algoritma penetapan harga.

Namun, kajian-kajian tersebut belum sepenuhnya menghubungkan tiga lapisan persoalan dalam satu kerangka analisis, yakni posisi UMKM sebagai pelaku usaha dengan daya tawar terbatas, kendali platform atas infrastruktur pasar digital, dan instrumen hukum persaingan yang dapat digunakan untuk menguji perilaku eksklusif atau diskriminatif. Kajian perlindungan merek lebih berfokus pada hak kekayaan intelektual, sedangkan kajian algoritma cenderung menitikberatkan kesiapan hukum

persaingan secara umum. Adapun penelitian tentang keadilan ekonomi belum secara khusus menguji implikasi perubahan tata kelola PMSE tahun 2026 terhadap perlindungan UMKM. Di sinilah letak *research gap* penelitian ini.

Berangkat dari celah tersebut, artikel ini mengkaji kecukupan instrumen hukum Indonesia dalam melindungi UMKM dari persaingan usaha tidak sehat di ekosistem digital dan merumuskan model penguatan perlindungan yang dapat diterapkan secara normatif. Kebaruan artikel terletak pada konstruksi perlindungan berlapis yang mengintegrasikan hukum persaingan usaha, regulasi perdagangan melalui sistem elektronik, perlindungan data dan konsumen, serta prinsip keadilan ekonomi. Pembahasan diarahkan untuk menjawab dua persoalan: bagaimana kerangka hukum yang berlaku melindungi UMKM dari praktik persaingan tidak sehat di pasar digital, dan bagaimana penguatan pengawasan serta pemulihan hukum seharusnya dirancang agar perlindungan tersebut efektif tanpa menghambat inovasi dan persaingan yang sah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang bersifat preskriptif-analitis. Penelitian tidak menggunakan populasi atau sampel empiris karena objek kajiannya adalah norma hukum, asas, konsep, dan hubungan antarketentuan yang mengatur perlindungan UMKM serta persaingan usaha digital. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan analitis (*analytical approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah konsistensi dan keterkaitan ketentuan mengenai persaingan usaha, UMKM, perdagangan elektronik, perlindungan konsumen, serta pelindungan data pribadi.

Bahan hukum primer terdiri atas UUD NRI Tahun 1945; Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 beserta perubahan yang relevan; Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 sebagaimana diubah; Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi; Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021; Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik; dan Permendag Nomor 19 Tahun 2026. Bahan hukum sekunder meliputi artikel jurnal, buku, serta publikasi kelembagaan yang relevan, termasuk dua artikel yang dilampirkan sebagai landasan awal penelitian. Bahan hukum tersier digunakan secara terbatas untuk membantu penelusuran istilah dan konsep.

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan dan penelusuran dokumen resmi. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan menginventarisasi norma, mengidentifikasi unsur-unsur larangan persaingan usaha, menafsirkan penerapannya pada karakter pasar digital, kemudian menguji kesesuaian antarinstrumen hukum. Data statistik BPS dan temuan kelembagaan KPPU digunakan sebagai konteks untuk menjelaskan relevansi masalah, bukan sebagai pengganti pembuktian empiris terhadap pelanggaran tertentu. Hasil analisis disusun secara preskriptif untuk menawarkan arah penguatan perlindungan hukum bagi UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakter Persaingan Digital dan Kerentanan Struktural UMKM

Pasar digital memiliki karakter yang berbeda dari pasar konvensional. Platform dapat mempertemukan banyak penjual dan pembeli, mengelola sistem pembayaran, menentukan standar layanan, menyimpan data transaksi, serta mengatur visibilitas produk melalui mekanisme pencarian dan rekomendasi. Keunggulan tersebut menghasilkan efisiensi, tetapi juga memungkinkan platform menjadi penjaga akses pasar (*gatekeeper*) ketika penjual sangat bergantung pada satu atau beberapa saluran distribusi digital. Ketergantungan ini dapat meningkatkan biaya perpindahan penjual ke platform lain, terutama ketika reputasi, ulasan, riwayat transaksi, dan data pelanggan tidak mudah dipindahkan.

Dalam kondisi pasar dua sisi atau multisisi, kekuatan platform tidak cukup dinilai hanya dari harga layanan. Penguasaan data, jumlah pengguna, kemampuan menghubungkan layanan, serta efek jaringan dapat menjadi sumber kekuatan pasar. Semakin banyak konsumen menggunakan platform, semakin menarik platform tersebut bagi penjual; semakin banyak penjual bergabung, semakin besar pula pilihan konsumen. Efek jaringan ini dapat memperkuat posisi platform dan menciptakan hambatan masuk bagi pesaing baru. Lee (2022) mengingatkan bahwa pasar digital yang terkonsentrasi juga menghadirkan tantangan pengawasan terhadap koordinasi harga berbasis algoritma.

Kerentanan UMKM muncul ketika pelaku usaha tidak memiliki alternatif pasar yang sebanding. Perubahan algoritma pencarian dapat menurunkan jangkauan produk tanpa penjelasan yang dapat diuji. Perubahan biaya layanan atau syarat promosi dapat mengurangi margin usaha. Penangguhan akun yang tidak disertai mekanisme keberatan yang efektif dapat memutus akses terhadap pelanggan. Dalam situasi tertentu, platform yang sekaligus menjual produk sendiri atau memiliki afiliasi penjual dapat menghadapi konflik kepentingan apabila memiliki kemampuan mengutamakan produk sendiri dalam hasil pencarian atau akses promosi. Praktik demikian tidak otomatis merupakan pelanggaran, tetapi perlu diuji berdasarkan dampak terhadap persaingan, posisi pasar, dan unsur larangan yang ditetapkan undang-undang.

Data BPS menunjukkan bahwa mayoritas usaha perdagangan elektronik adalah usaha mikro dan kecil serta sebagian besar belum memiliki laporan keuangan (BPS, 2025). Kondisi ini penting secara hukum karena kemampuan UMKM untuk mendokumentasikan perubahan biaya, penurunan impresi, perbedaan perlakuan, atau dampak suatu kebijakan platform dapat terbatas. Asimetri informasi tersebut memperlemah kemampuan pelaku usaha menyusun bukti awal ketika hendak mengajukan keberatan atau melaporkan dugaan pelanggaran. Oleh karena itu, perlindungan yang hanya mengandalkan kemampuan individual UMKM untuk menggugat tidak cukup menjawab persoalan struktural.

Temuan KPPU mengenai ketidaktransparanan algoritma promosi dan terbatasnya akses data penjualan memperlihatkan adanya kebutuhan untuk menata hubungan antara platform dan penjual secara lebih akuntabel (KPPU, 2025). Akan tetapi, penilaian hukum tetap harus membedakan ketidakpuasan komersial dari pelanggaran persaingan. Algoritma yang tidak dijelaskan kepada penjual belum dengan sendirinya membuktikan penyalahgunaan posisi dominan. Penegakan hukum harus menguji kekuatan pasar, perilaku yang dipersoalkan, dampak eksklusif atau penghambatan persaingan, serta kemungkinan pembenaran objektif seperti efisiensi, keamanan, atau pencegahan penipuan.

Kecukupan Hukum Persaingan Usaha dalam Menjangkau Praktik Platform

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyediakan landasan utama untuk menilai praktik persaingan tidak sehat. Pasal 19 melarang kegiatan yang dapat mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, termasuk menolak atau menghalangi pelaku usaha tertentu melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan, menghalangi konsumen atau pelanggan pesaing, membatasi peredaran atau penjualan barang dan jasa, serta melakukan diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu. Dalam konteks platform, norma tersebut dapat relevan untuk menilai perlakuan berbeda terhadap penjual, pembatasan akses, atau kebijakan yang menghambat penjual pesaing, sepanjang unsur-unsur pasalnya terbukti.

Pasal 25 mengatur penyalahgunaan posisi dominan, termasuk penetapan syarat perdagangan yang menghalangi konsumen memperoleh barang atau jasa yang bersaing, pembatasan pasar dan pengembangan teknologi, serta penghambatan pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing. Ketentuan ini relevan apabila suatu platform memiliki posisi dominan pada pasar bersangkutan dan menggunakan kekuatan tersebut untuk menutup akses pesaing atau memperluas pengaruhnya ke pasar terkait. Namun, penentuan posisi dominan harus dilakukan berdasarkan analisis pasar bersangkutan, pangsa pasar, hambatan masuk, kekuatan tawar, serta karakteristik persaingan; popularitas atau ukuran platform semata tidak cukup.

Pasal 20 mengenai jual rugi atau penetapan harga sangat rendah dapat menjadi relevan terhadap dugaan *predatory pricing*. Pada pasar digital, promosi, subsidi silang, potongan harga, dan layanan gratis merupakan bagian dari strategi bisnis yang dapat meningkatkan kesejahteraan konsumen. Karena itu, harga rendah tidak boleh langsung dianggap melanggar hukum. Penilaian harus membedakan promosi yang kompetitif dari strategi yang bertujuan menyingkirkan pesaing dan memungkinkan pelaku usaha memulihkan kerugian setelah pesaing tersingkir. Perlu pula diperhatikan bahwa biaya marjinal layanan digital, investasi awal, dan pendapatan dari sisi pasar lain dapat membuat analisis harga lebih kompleks.

Pasal 5 dan Pasal 11 dapat pula menjadi dasar untuk menilai perjanjian penetapan harga dan kartel. Perkembangan algoritma penetapan harga menimbulkan pertanyaan apakah koordinasi yang terjadi tanpa komunikasi langsung antarmanusia dapat memenuhi unsur perjanjian. Lee (2022) menyoroti kesulitan pembuktian ketika algoritma secara mandiri menyesuaikan harga dan menghasilkan pola yang menyerupai koordinasi. Tejomurti et al. (2024) juga menilai bahwa penggunaan *big data* dan algoritma pembelajaran mesin menantang pemahaman konvensional tentang perjanjian dan peran teknologi dalam praktik penetapan harga. Tantangan tersebut tidak dapat diselesaikan dengan

memperluas makna perjanjian secara serampangan; diperlukan pembuktian mengenai hubungan antarpelaku usaha, desain sistem, pertukaran informasi, kesadaran atau kendali pelaku, dan akibat terhadap persaingan.

Ketentuan UU 5/1999 pada dasarnya bersifat netral terhadap teknologi. Artinya, perilaku yang dilakukan melalui perangkat lunak tetap dapat dinilai berdasarkan norma yang sama apabila unsur hukumnya terpenuhi. Kelemahannya bukan semata-mata ketiadaan larangan, melainkan kesulitan mengidentifikasi pasar bersangkutan, mengakses bukti digital, menguji efek algoritma, serta membedakan perilaku unilateral yang sah dari strategi eksklusif. Wahyuningtyas (2024) menunjukkan bahwa algoritma dapat menghasilkan keputusan yang tidak transparan dan berpotensi memfasilitasi perilaku yang merugikan persaingan. Oleh sebab itu, penguatan penegakan lebih mendesak diarahkan pada metodologi pembuktian dan kapasitas pengawasan daripada sekadar menambah larangan yang tumpang tindih.

Harmonisasi Perlindungan UMKM dan Regulasi Perdagangan Elektronik

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 sebagaimana diubah melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 menempatkan pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari pembentukan struktur ekonomi yang seimbang dan berkeadilan. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 kemudian mengatur kemudahan, pelindungan, dan pemberdayaan UMKM, termasuk pendampingan dan bantuan hukum. Kerangka tersebut menegaskan bahwa UMKM bukan hanya objek kebijakan bantuan, melainkan subjek ekonomi yang perlu memperoleh kesempatan berusaha secara wajar. Namun, norma pemberdayaan tidak dengan sendirinya menggantikan mekanisme penindakan terhadap pelanggaran persaingan usaha.

Permendag Nomor 19 Tahun 2026 merupakan perkembangan regulasi yang harus menjadi titik rujuk mutakhir dalam membahas perdagangan melalui sistem elektronik. Peraturan ini menggantikan Permendag Nomor 31 Tahun 2023 dan mencakup model bisnis penyelenggara PMSE, persyaratan usaha, iklan elektronik, pengutamaan produk dalam negeri, pemanfaatan kecerdasan artifisial, pembinaan, pengawasan, serta sanksi administratif. Pengaturan tersebut relevan bagi tata kelola platform dan perlindungan pelaku usaha dalam transaksi digital. Meski demikian, keberadaan regulasi PMSE tidak menghapus kewenangan KPPU untuk menilai perilaku yang memenuhi unsur pelanggaran UU 5/1999. Kedua rezim memiliki fokus berbeda dan harus diterapkan secara saling melengkapi.

Perlindungan konsumen dan data pribadi juga bersinggungan dengan perlindungan UMKM. UU Nomor 8 Tahun 1999 memberikan kerangka perlindungan terhadap hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Kerangka transaksi elektronik juga bertumpu pada UU Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana terakhir diubah dengan UU Nomor 1 Tahun 2024, PP Nomor 71 Tahun 2019, dan UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Sementara itu, UU Nomor 27 Tahun 2022 mengatur pemrosesan data pribadi. Data transaksi dan perilaku konsumen dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi platform. Apabila akses terhadap data dibatasi secara tidak proporsional atau digunakan dengan cara yang menimbulkan perlakuan diskriminatif, persoalan tersebut dapat memiliki dimensi persaingan dan pelindungan data. Namun, hak akses UMKM terhadap data tidak boleh disamakan dengan hak untuk memperoleh seluruh data pribadi konsumen. Akses harus dibatasi pada data yang relevan, sah, aman, dan diperlukan untuk kegiatan usaha penjual.

Perlindungan kekayaan intelektual tetap penting dalam ekosistem digital. Apriani dan Said (2022) menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi tantangan dalam memahami pentingnya perlindungan merek. Dalam perdagangan digital, penggunaan merek, foto produk, desain, deskripsi, dan konten promosi tanpa izin dapat mengikis nilai ekonomi UMKM. Perlindungan merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta hak cipta berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta melengkapi perlindungan persaingan usaha. Perlu ditegaskan bahwa pelanggaran kekayaan intelektual dan persaingan tidak sehat merupakan rezim hukum yang berbeda, meskipun satu perbuatan dapat menimbulkan persoalan pada keduanya.

Dengan demikian, hubungan antarregulasi perlu dibangun melalui pembagian fungsi yang jelas. KPPU berwenang menilai perilaku yang dilarang oleh hukum persaingan; Kementerian Perdagangan mengawasi kewajiban dan tata kelola PMSE sesuai kewenangannya; instansi yang menangani UMKM menjalankan pembinaan dan pemberdayaan; sedangkan otoritas perlindungan data dan konsumen menangani aspek yang berada dalam lingkup kewenangannya. Koordinasi tidak boleh mengaburkan dasar hukum, standar pembuktian, ataupun prosedur masing-masing lembaga. Mekanisme rujukan dan

pertukaran informasi perlu dirancang dengan tetap menghormati kerahasiaan usaha, perlindungan data, dan hak pihak yang diperiksa.

Konstruksi Model Perlindungan Hukum yang Berkeadilan bagi UMKM

Perlindungan UMKM dalam pasar digital perlu dibangun melalui pendekatan berlapis. Lapisan pertama adalah pencegahan melalui tata kelola platform yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Platform perlu menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai struktur biaya, syarat promosi, parameter utama yang memengaruhi visibilitas produk, alasan penangguhan akun, serta prosedur pengajuan keberatan. Kewajiban transparansi tidak berarti platform harus membuka kode sumber atau rahasia dagang secara menyeluruh. Informasi yang diberikan harus cukup untuk memungkinkan penjual memahami keputusan yang berdampak material terhadap usahanya dan menguji apakah perlakuan tersebut konsisten serta tidak diskriminatif.

Lapisan kedua adalah pengawasan berbasis risiko. Otoritas perlu memprioritaskan pasar dengan konsentrasi tinggi, ketergantungan penjual yang besar, hambatan perpindahan, dan indikasi perlakuan diskriminatif. Pengawasan dapat mencakup audit terhadap kebijakan promosi dan peringkat, pemeriksaan perubahan komisi, serta evaluasi terhadap praktik bundling atau eksklusivitas. Pemeriksaan tidak boleh mengasumsikan bahwa setiap integrasi layanan atau promosi merupakan pelanggaran. Ukuran utamanya adalah apakah perilaku tersebut menimbulkan penutupan pasar, diskriminasi yang tidak dapat dibenarkan, atau kerugian terhadap proses persaingan.

Lapisan ketiga adalah akses pembuktian dan pemulihan yang realistis. UMKM sering kali tidak mempunyai kemampuan teknis untuk menyimpan data impresi, riwayat perubahan algoritma, atau rekaman komunikasi platform secara sistematis. Platform karena itu perlu menyediakan riwayat transaksi, perubahan biaya, dan keputusan administratif dalam format yang dapat diunduh. Dalam proses pemeriksaan, otoritas dapat mengembangkan protokol pengamanan bukti digital dan mekanisme permintaan informasi yang proporsional. Pelapor UMKM juga memerlukan kanal pengaduan yang sederhana, pendampingan hukum, dan perlindungan dari tindakan pembalasan komersial yang tidak sah.

Lapisan keempat adalah penguatan kapasitas dan pilihan pasar. Bantuan hukum sebagaimana dikenal dalam PP 7/2021 perlu dihubungkan dengan literasi kontrak digital, pencatatan transaksi, perlindungan merek, keamanan data, dan pemahaman prosedur pengaduan. Kebijakan publik juga dapat memperluas interoperabilitas dan portabilitas data usaha secara aman, mendorong penggunaan lebih dari satu kanal penjualan, serta memperkuat infrastruktur pembayaran dan logistik yang terbuka. Tujuannya bukan membuat UMKM bergantung pada subsidi atau perlakuan istimewa tanpa batas, melainkan memperbaiki kemampuan mereka untuk berkompetisi secara mandiri.

Prinsip keadilan ekonomi memberikan dasar normatif bagi model tersebut. Ramadhan (2023) menempatkan perlindungan UMKM sebagai upaya mengoreksi kesenjangan kesempatan dalam sistem pasar. Dalam perspektif keadilan distributif, kesetaraan tidak selalu berarti memperlakukan seluruh pelaku usaha secara identik, tetapi memastikan bahwa kelompok dengan sumber daya lebih terbatas tidak kehilangan kesempatan bersaing akibat struktur pasar yang timpang. Kebijakan afirmatif terhadap UMKM dapat dibenarkan sepanjang proporsional, transparan, dan tidak menciptakan hambatan baru bagi pelaku usaha lain. Dengan demikian, tujuan perlindungan bukan melindungi pelaku usaha dari kompetisi, melainkan melindungi proses kompetisi agar tidak dikuasai oleh perilaku eksklusif.

Model perlindungan ini juga perlu memperhatikan kepastian hukum. Tidak setiap penurunan peringkat, kenaikan biaya, atau penghentian akun dapat diperlakukan sebagai pelanggaran persaingan. Platform memiliki ruang untuk mengelola risiko, mencegah penipuan, menjaga kualitas layanan, dan mengembangkan inovasi. Karena itu, penilaian harus memperhatikan alasan objektif, proporsionalitas tindakan, konsistensi penerapan kebijakan, serta kesempatan penjual untuk mengajukan keberatan. Keseimbangan tersebut penting agar pengaturan tidak justru menghambat inovasi dan meningkatkan biaya kepatuhan yang pada akhirnya dibebankan kepada UMKM.

Secara praktis, terdapat tiga agenda penguatan yang dapat diprioritaskan. Pertama, KPPU perlu memperdalam pedoman analisis pasar digital, termasuk penilaian efek jaringan, penguasaan data, pasar multisisi, dan perilaku algoritmik. Kedua, Kementerian Perdagangan dan KPPU perlu membangun mekanisme koordinasi yang menjelaskan jalur pengaduan, pembagian kewenangan, dan pertukaran informasi sesuai dasar hukum. Ketiga, pemerintah perlu memastikan layanan bantuan hukum UMKM dapat digunakan untuk sengketa yang timbul dari hubungan dengan platform, termasuk penyusunan bukti awal dan pendampingan dalam proses administratif maupun litigasi. Agenda tersebut lebih

operasional dibandingkan sekadar menambahkan norma perlindungan yang tidak disertai mekanisme pelaksanaan.

Analisis ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu bahwa perlindungan UMKM tidak cukup diletakkan pada pengakuan normatif. Apriani dan Said (2022) menekankan pentingnya perlindungan merek dan keberpihakan terhadap usaha kecil, sementara Ramadhan (2023) menggarisbawahi dimensi keadilan ekonomi. Artikel ini memperluas kedua gagasan tersebut dengan menempatkan platform sebagai pengelola infrastruktur pasar dan menguji hubungan antara kewenangan platform, hukum persaingan, dan tata kelola PMSE terkini. Kontribusi utamanya adalah menunjukkan bahwa perlindungan UMKM digital harus bergerak dari pendekatan bantuan individual menuju pembenahan kondisi persaingan dan mekanisme akuntabilitas pasar.

KESIMPULAN

Kerangka hukum Indonesia telah menyediakan dasar untuk melindungi UMKM dari persaingan usaha tidak sehat melalui UU 5/1999, pengaturan pemberdayaan UMKM, regulasi perdagangan melalui sistem elektronik, serta ketentuan perlindungan konsumen, data pribadi, dan kekayaan intelektual. Larangan penguasaan pasar, diskriminasi, penyalahgunaan posisi dominan, dan jual rugi tetap dapat diterapkan pada kegiatan usaha digital sepanjang unsur hukumnya terbukti. Tantangan utama terletak pada karakter pasar digital yang ditandai efek jaringan, penguasaan data, ketergantungan penjual terhadap platform, dan penggunaan algoritma yang menyulitkan akses serta pembuktian. Berlakunya Permendag 19/2026 memperbarui tata kelola PMSE, tetapi tidak menggantikan fungsi penegakan hukum persaingan. Oleh karena itu, perlindungan yang efektif perlu dibangun melalui transparansi platform yang proporsional, pengawasan berbasis risiko, protokol pembuktian digital, koordinasi antarlembaga, bantuan hukum yang mudah dijangkau, serta penguatan kapasitas UMKM. Perlindungan tersebut tidak dimaksudkan untuk menghindarkan UMKM dari kompetisi, melainkan memastikan bahwa persaingan berlangsung terbuka, adil, dan tidak ditentukan oleh penyalahgunaan kekuatan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Apriani, N., & Said, R. W. (2022). Upaya perlindungan hukum terhadap industri usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, 3(1), 28–35. https://doi.org/10.36722/jaiss.v3i1.1069

Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik e-commerce 2023. BPS.

Indonesia. (1945). Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Indonesia. (1999). Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33.

Indonesia. (1999). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.

Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93.

Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266.

Indonesia. (2016). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252.

Indonesia. (2019). Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222.

Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 17.

Indonesia. (2022). Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196.

Indonesia. (2023). Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2026). Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2026 Nomor 367.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2025). Persaingan usaha sehat, konsumen sejahtera, ekonomi efisien dan inovatif: 25 tahun perjalanan KPPU menjaga persaingan usaha sehat. KPPU.

Indonesia. (2024). Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1.

Indonesia. (2019). Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185.

Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45.

Lee, C. (2022). Competition policy in the age of algorithms: Challenges for Indonesia. Bulletin of Indonesian Economic Studies, 58(3), 297–312. https://doi.org/10.1080/00074918.2022.2125488

Ramadhan, W. (2023). Pengaturan hukum usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berdasarkan keadilan ekonomi. Jurnal Hukum Bisnis Islam, 13(2), 252–265.

Tejomurti, K., Sukarmi, Santoso, B., & Widhiyanti, H. N. (2024). Big data analytics algorithms for dynamic pricing: The legal analysis of the Indonesia competition law readiness in digital era. Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, 12(1), 68–90. https://doi.org/10.29303/ius.v12i1.1303

Wahyuningtyas, S. Y. (2024). Regulating algorithms in the digital market: A revisit of Indonesian competition law and policy. International Review of Law, Computers & Technology, 38(1), 21–42. https://doi.org/10.1080/13600869.2023.2202290

Rawls, J. (1999). A theory of justice (Rev. ed.). Harvard University Press.