



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 5995-6009

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pasar Digital

Kevin Jousen Aprilino Poli^{1✉}, Jemmy Sondakh², Devy K. G. Sondakh³

Magister Ilmu Hukum, Pascasarjana, Universitas Sam Ratulangi

Email: kevinjousen21@gmail.com^{1✉}

Abstrak

UMKM adalah tulang punggung perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi tantangan dalam akses sumber daya dan pasar. Transformasi digital, khususnya pemasaran digital, menawarkan solusi untuk menekan biaya, meningkatkan efisiensi, dan memperluas jangkauan pasar. Meskipun demikian, adopsi digital oleh UMKM belum optimal karena keterbatasan SDM, kekhawatiran profit, dan infrastruktur yang belum merata. Pemerintah berupaya mendorong digitalisasi UMKM melalui target 30 juta UMKM go digital pada 2024 dan penyempurnaan regulasi. Sejumlah dasar hukum, seperti UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE, UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, PP No. 80 Tahun 2019 tentang PMSE, dan Permendag No. 31 Tahun 2023, telah dikeluarkan untuk mendukung dan melindungi UMKM di pasar digital. Namun, implementasi di lapangan masih menunjukkan kelemahan dalam perlindungan hukum dan berbagai hambatan internal, seperti rendahnya kesadaran dan keengganan beradaptasi dengan teknologi, serta eksternal, seperti praktik predatory pricing. Selain itu, masih banyak UMKM yang belum memahami pentingnya perizinan usaha dan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun potensi pasar digital sangat besar, perlindungan hukum yang komprehensif dan sinergi antarlembaga masih sangat dibutuhkan untuk memastikan UMKM dapat bersaing secara adil dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan mengkaji lebih dalam tentang perlindungan hukum bagi pelaku UMKM di pasar digital.

Kata Kunci : *Digitalisasi UMKM, Pemasaran Digital, Perlindungan Hukum UMKM, UMKM*

Abstract

MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) are the backbone of Indonesia's economy, yet they continue to face challenges in accessing resources and markets. Digital transformation, particularly digital marketing, offers solutions to reduce costs, increase efficiency, and expand market reach. However, the adoption of digital tools by MSMEs remains suboptimal due to limited human resources, profit concerns, and uneven infrastructure. The government has sought to accelerate MSME digitalization through a target of 30 million MSMEs going digital by 2024 and by refining relevant regulations. Several legal frameworks, such as Law No. 20 of 2008 on MSMEs, Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection, Law No. 11 of 2008 on Electronic Information and Transactions (ITE), Law No. 11 of 2020 on Job Creation, Government Regulation No. 80 of 2019 on E-Commerce, and Ministry of Trade Regulation No. 31 of 2023, have been enacted to support and protect MSMEs in the digital market. Nevertheless, implementation in the field still reveals weaknesses in legal protection and various internal barriers, such as low awareness and reluctance to adopt technology, as well as external challenges like predatory pricing practices. Moreover, many MSMEs still lack understanding of the importance of business licensing and intellectual property rights protection. This condition indicates that although the digital market holds great potential, comprehensive legal protection and institutional synergy are urgently needed to ensure that MSMEs can compete fairly and sustainably. This research aims to explore the legal protection for MSME actors in the digital market.

Keywords: MSME Digitalization, Digital Marketing, Legal Protection for MSMEs, MSMEs

PENDAHULUAN

Dalam lanskap perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menempati posisi sentral sebagai pilar penopang kesejahteraan masyarakat, selaras dengan amanat Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Tahun 1945 tentang demokrasi ekonomi. UMKM memegang peranan strategis dalam meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan, serta menciptakan lapangan kerja. Namun, segmen usaha ini acap kali berhadapan dengan berbagai tantangan, terutama terkait akses terhadap sumber daya dan jangkauan pasar.

Fenomena pemasaran digital muncul sebagai solusi prospektif. Banyak pelaku UMKM memandang pemasaran digital sebagai sarana untuk efisiensi biaya, peningkatan efektivitas, kelancaran informasi, dan kemudahan transaksi bagi konsumen. Meskipun demikian, observasi di lapangan menunjukkan preferensi konsumen yang signifikan terhadap metode pembayaran tunai dan pengiriman langsung, mengindikasikan bahwa adopsi digital penuh masih memerlukan waktu. Studi terkini menggarisbawahi urgensi bagi bisnis di abad ke-21 untuk mengintegrasikan kehadiran digital, terutama melalui pemanfaatan optimal media sosial dan pembaruan platform daring secara berkala, guna mencapai keunggulan

kompetitif. Digitalisasi, sebagai tren dominan, tidak hanya mengubah cara berinteraksi, tetapi juga mendefinisikan ulang dinamika persaingan dan perilaku konsumen.

Pemerintah Indonesia telah meluncurkan inisiatif ambisius untuk mendorong transformasi digital UMKM, dengan target 30 juta UMKM terhubung ke platform digital pada tahun 2024. Upaya ini diiringi dengan penyempurnaan regulasi ekonomi digital, termasuk aspek perlindungan data pribadi. Beragam manfaat digitalisasi bagi UMKM meliputi kemudahan pemasaran, transaksi, pencatatan keuangan, akses pasar, pelatihan, hingga efisiensi logistik. Namun, terdapat kendala internal dan eksternal yang menghambat adopsi digital. Dari sisi internal, minimnya keterampilan digital SDM dan kekhawatiran akan profitabilitas menjadi penghalang. Sementara itu, faktor eksternal seperti kesenjangan infrastruktur di beberapa daerah dan praktik *predatory pricing* di platform daring turut mempersulit posisi UMKM.

Dasar hukum yang mendukung digitalisasi UMKM di Indonesia telah terbentuk melalui serangkaian regulasi, antara lain Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang menjamin ketersediaan informasi usaha; Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang melindungi hak konsumen atas informasi yang benar; Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang mengatur kewajiban informasi dan keamanan sistem elektronik; Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang memfasilitasi pemasaran dan digitalisasi serta menyediakan sistem informasi terintegrasi; Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), yang menekankan informasi jujur dalam transaksi; dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, yang mengamanatkan peran aktif *marketplace* dalam perizinan usaha pedagang.

Meski demikian, implementasi aturan hukum tersebut masih menyisakan kelemahan dalam perlindungan UMKM di pasar digital. Data menunjukkan masih banyak UMKM yang belum optimal memanfaatkan teknologi, seringkali karena kurangnya sosialisasi, akses informasi yang belum merata, serta kurangnya pemahaman tentang perizinan usaha dan Hak Kekayaan Intelektual. Kondisi ini menyoroti kebutuhan mendesak akan penguatan regulasi, penegakan hukum yang lebih tegas, serta sinergi erat antara pemerintah pusat dan daerah untuk menciptakan ekosistem digital yang adil dan mendukung daya saing UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji secara mendalam tentang perlindungan hukum bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pasar digital.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Aturan Hukum tentang UMKM Pasar Digital?
2. Bagaimana Implementasi Perlindungan UMKM dalam Pasar Digital?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mengkaji Aturan Hukum UMKM dalam pasar Digital.
2. Untuk mengetahui dan mengkaji Implementasi perlindungan hukum bagi UMKM di Pasar Digital.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yaitu:

1. Diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang ijin usaha UMKM dipasar digital Ditinjau dari aspek Hukum
2. Diharapkan dapat digunakan sebagai gambaran, bahan pertimbangan dan masukan mengenai Analisis Yuridis Mengenai UMKM dan perlindungannya Dalam perijinan usaha dagang digital

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif dan empiris untuk mengkaji perlindungan hukum bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pasar digital. Jenis penelitian hukum normatif difokuskan pada analisis hukum sebagai norma atau kaidah yang berlaku, termasuk peraturan perundang-undangan. Dalam konteks ini, penelitian juga akan melihat dampak kebijakan hukum dalam Undang-Undang Cipta Kerja. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pelaku UMKM atau responden lain yang relevan untuk mendapatkan informasi langsung terkait permasalahan yang diteliti. Sementara itu, data sekunder berfungsi sebagai pelengkap dan pendukung, mencakup dokumen-dokumen resmi, literatur hukum, karya tulis ilmiah di bidang hukum, dan hasil penelitian berupa laporan, serta kamus umum dan kamus hukum sebagai bahan tersier. Seluruh bahan hukum, baik primer maupun sekunder, akan dianalisis menggunakan metode normatif-kualitatif dan disajikan secara deskriptif. Setelah pengumpulan data, tahapan pengolahan data dilakukan secara kualitatif, mencakup konsepsi, pengaturan, dan perbandingan hukum yang relevan. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau paparan atas subjek penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari responden, baik secara tertulis, lisan, maupun melalui observasi tingkah laku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Aturan Hukum tentang UMKM Dalam Pasar Digital

a. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menjadi pilar utama dalam mendorong pertumbuhan dan memberikan perlindungan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya dalam konteks pasar digital. Regulasi ini menekankan peran pemerintah daerah dan pusat dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif melalui penyediaan informasi usaha yang transparan dan mudah diakses (Pasal 10), serta promosi dagang (Pasal 14 ayat 1). Aspek promosi ini mencakup peningkatan promosi produk UMKM baik di dalam maupun luar negeri, perluasan sumber pendanaan, pemberian insentif, dan fasilitasi kepemilikan Hak Kekayaan Intelektual, yang vital bagi daya saing UMKM.

Sebagai landasan kemitraan, undang-undang ini berupaya menyeimbangkan hubungan antara usaha besar dan UMKM, mencegah praktik dominasi yang merugikan, dan menumbuhkan kemitraan yang adil. Dalam konteks pasar digital, UMKM diwajibkan memenuhi legalitas usaha dengan memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS). Selain itu, mereka harus mematuhi regulasi pemasaran digital yang relevan, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, memastikan informasi produk yang disajikan akurat dan tidak menyesatkan. Pemanfaatan berbagai platform digital seperti media sosial dan *marketplace* menjadi strategi utama untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang lebih efisien.

Seiring dengan implementasi pemasaran digital, pengawasan pemerintah menjadi krusial. Ini melibatkan monitoring dan evaluasi melalui sosialisasi regulasi serta program pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan literasi digital UMKM. Penegakan hukum juga diperlukan untuk menindak pelanggaran dan membangun kepercayaan konsumen. Namun, dalam praktiknya, terdapat tantangan signifikan seperti rendahnya literasi hukum di kalangan pelaku UMKM, keterbatasan akses terhadap teknologi di daerah pedesaan, serta beban biaya operasional untuk penerapan strategi digital.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, beberapa solusi diusulkan adalah kolaborasi multi-pihak antara pemerintah, sektor swasta, lembaga pendidikan, dan LSM untuk menciptakan ekosistem yang mendukung; penyederhanaan proses perizinan usaha; dan pemberian program insentif bagi UMKM yang patuh. Penerapan dan

pengawasan UMKM dalam pemasaran digital harus terintegrasi dengan pemahaman yang baik terhadap UU No. 20 Tahun 2008 serta regulasi terkait lainnya.

UMKM sendiri, berdasarkan Pasal 6 UU UMKM, didefinisikan berdasarkan kriteria seperti omzet, kekayaan bersih, nilai investasi, dan jumlah tenaga kerja, dengan tujuan untuk membangun perekonomian nasional yang berkeadilan, tangguh, dan mandiri. Ini mencakup beragam sektor usaha, termasuk ekspor, dan bertujuan untuk mewujudkan tatanan ekonomi yang seimbang, meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta penanggulangan kemiskinan.

b. Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memainkan peran krusial dalam mengatur transaksi e-commerce dan melindungi semua pihak yang terlibat, termasuk pelaku UMKM. Pasal 29 UUPK menegaskan tanggung jawab pemerintah dalam mendorong perlindungan konsumen, menjamin hak dan kewajiban pelaku usaha, serta menegakkannya. UUPK juga merinci hak-hak pelaku usaha (Pasal 6), seperti hak menerima pembayaran sesuai kesepakatan, perlindungan hukum dari konsumen beritikad buruk, pembelaan diri dalam sengketa, pemulihan nama baik, serta hak-hak lain yang diatur perundang-undangan. Selain hak, UUPK juga mengatur kewajiban pelaku usaha (Pasal 7). Ini mencakup keharusan beritikad baik, memberikan informasi yang benar dan jujur tentang kondisi serta jaminan barang/jasa, memperlakukan konsumen secara adil tanpa diskriminasi, menjamin mutu produk sesuai standar, memberikan kesempatan uji coba dan garansi, serta memberikan ganti rugi atau kompensasi jika produk atau layanan tidak sesuai perjanjian.

Perlindungan bagi pelaku usaha sangat penting mengingat maraknya pelanggaran yang merugikan mereka. Meskipun belum ada regulasi yang secara rinci mengatur perlindungan pelaku usaha, UUPK dapat menjadi acuan saat terjadi sengketa, di mana konsumen wajib membayar ganti rugi sesuai kesepakatan (Pasal 5). Perlindungan hukum dalam perjanjian e-commerce, seringkali dalam bentuk dokumen syarat dan ketentuan, bertujuan melindungi kedua belah pihak. Bagi pedagang, perlindungan hukum pembayaran sangat menekankan proses yang jelas, seperti konfirmasi pembayaran penuh sebelum pengiriman barang. Selain itu, perlindungan Hak Kekayaan Intelektual pelaku usaha, termasuk nama domain, diatur dalam Pasal 23 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang mengakui nilai ekonomi informasi elektronik.

UUPK secara spesifik memberikan hak konsumen untuk memperoleh informasi produk yang akurat dan melindungi mereka dari praktik bisnis tidak adil. Dalam konteks pemasaran digital, UUPK menjadi fondasi bagi UMKM untuk bertransaksi secara transparan dan menjamin perlindungan konsumen dari potensi penyalahgunaan data atau produk yang tidak sesuai janji. Meskipun demikian, penegakan perlindungan hukum bagi UMKM dalam pemasaran digital masih menghadapi kendala. Tantangan utamanya adalah rendahnya pemahaman pelaku UMKM mengenai risiko hukum seperti penyalahgunaan data pribadi, pelanggaran hak cipta, atau promosi yang menyesatkan. Kurangnya sosialisasi dan edukasi mengenai pemanfaatan UUPK juga menjadi masalah mendesak. Selain itu, dinamika regulasi ruang digital yang cepat berubah menjadi tantangan, menuntut respons regulasi yang lebih fleksibel agar tidak menimbulkan ketidakpastian hukum.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan revisi dan pembaruan regulasi agar lebih relevan dengan pasar digital, serta peningkatan penyuluhan dan edukasi hukum bagi pelaku UMKM mengenai praktik pemasaran digital yang aman dan legal. Pemerintah juga berperan penting dalam mengembangkan kapasitas digital UMKM melalui pelatihan, akses teknologi, dan fasilitas hukum. Pemahaman yang mendalam tentang regulasi dan praktik pemasaran yang sah akan menciptakan iklim bisnis yang sehat, meningkatkan daya saing UMKM, dan memperkuat hubungan antara pelaku bisnis dan konsumen, mewujudkan ekonomi digital yang inklusif, berkelanjutan, dan berkeadilan.

UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, menyerap tenaga kerja, dan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Data menunjukkan sekitar 99% usaha di Indonesia adalah UMKM, menyumbang 60,51% PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Oleh karena itu, pemasaran digital sangat penting bagi UMKM untuk memperluas pasar secara global dengan biaya lebih rendah.

Penerapan UUPK dalam pemasaran digital mencakup tiga aspek utama: Hak Konsumen, yaitu kewajiban UMKM memberikan informasi produk yang akurat dan jujur; Kewajiban Pelaku Usaha, termasuk jaminan mutu produk dan ganti rugi jika ada ketidaksesuaian; dan Perlindungan Data Pribadi, yang mengharuskan UMKM mematuhi ketentuan pengumpulan dan penggunaan data konsumen. Pengawasan pemerintah juga vital melalui monitoring dan evaluasi kepatuhan UMKM, serta penegakan hukum terhadap pelanggaran untuk menjaga integritas pasar. Tantangan seperti literasi hukum rendah dan akses terbatas terhadap teknologi perlu diatasi

melalui kolaborasi dan dukungan pemerintah untuk menciptakan ekosistem digital yang kondusif.

c. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Penyelenggaraan bisnis digital atau e-commerce di Indonesia diatur secara spesifik oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang mendefinisikan "transaksi elektronik" sebagai tindakan hukum yang menggunakan media digital. Seiring dengan melesatnya perkembangan internet, aktivitas belanja dan pembayaran daring telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, menuntut perhatian serius pada efisiensi dan keamanan transaksi. Aspek kontrak elektronik (e-contracts) juga telah berevolusi, dengan referensi pada UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce tahun 1996, yang memungkinkan pembentukan perjanjian antarpihak secara digital. Fokus investigasi kini juga meliputi upaya pencegahan penipuan di platform perdagangan elektronik yang terorganisir. Munculnya konsep pasar digital tunggal membawa tantangan kompleks, seperti perdagangan lintas batas dan isu yurisdiksi, yang mengharuskan harmonisasi regulasi global.

Transformasi teknologi informasi telah merombak hampir seluruh aspek kehidupan. Di satu sisi, teknologi ini menawarkan kemudahan akses informasi, efisiensi kerja, dan partisipasi dalam ruang publik. Namun, di sisi lain, digitalisasi juga berpotensi mengikis aspek-aspek kehidupan konvensional. Dalam konteks ini, perlindungan hukum bagi konsumen yang bertransaksi dengan pelaku usaha digital menjadi sangat esensial. Untuk menjamin perlindungan subjek hukum, kerangka hukum dibagi menjadi dua kategori: perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan preventif, yang terwujud dalam peraturan perundang-undangan, bertujuan mencegah pelanggaran dengan menetapkan batasan dan panduan. Sementara itu, perlindungan represif diberlakukan setelah pelanggaran terjadi, berupa sanksi seperti denda atau pidana penjara. Secara spesifik, Pasal 18 UU ITE mengakui legalitas kontrak dan transaksi elektronik, memungkinkan bisnis dan konsumen bertransaksi secara daring dengan aman. Ketentuan ini krusial bagi ekonomi kreatif yang banyak mendistribusikan produk dan layanannya secara digital. Lebih lanjut, UU ITE melalui ketentuan-ketentuan terkait keamanan, perlindungan data pribadi konsumen, dan pencegahan penipuan, mewajibkan pelaku bisnis untuk menciptakan lingkungan transaksi yang aman dan menghargai kerahasiaan data konsumen.

Bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM), kerahasiaan dagang sering menjadi metode utama dalam melindungi data dan inovasi. Namun, era digitalisasi, komputasi awan, dan peningkatan mobilitas staf telah memperbesar risiko pelanggaran rahasia dagang. Nilai kekayaan intelektual (KI) yang semakin tinggi dan fragmentasi rantai nilai global juga turut berkontribusi pada peningkatan kerentanan. Menanggapi tantangan ini, upaya penguatan perlindungan data UKM terus dilakukan, seiring dengan harmonisasi regulasi antarnegara. Contohnya, General Data Protection Regulation (GDPR) di Uni Eropa merupakan inisiatif global untuk menyelaraskan undang-undang privasi data. UKM menghadapi tekanan untuk mengelola data di bawah pengawasan regulasi yang semakin ketat, terutama dengan kapasitas internal yang terbatas untuk menavigasi kompleksitas peraturan.

d. Undang-undang Cipta Kerja

Pemerintah Indonesia telah mengambil langkah proaktif dalam memberikan perlindungan hukum bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam menghadapi dinamika pasar digital. Landasan utamanya adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, khususnya Pasal 14 dan Pasal 15, yang merevisi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 14 menggarisbawahi peran pemerintah pusat dan daerah dalam memfasilitasi pengembangan UMKM, termasuk dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi melalui penyediaan sarana, pelatihan digital, dan sistem informasi terintegrasi. Hal ini bertujuan memperluas akses pasar UMKM di tingkat nasional maupun internasional melalui platform digital, serta mengurangi kesenjangan digital. Pasal 15 Undang-Undang Cipta Kerja memberikan jaminan perlindungan hukum dan kepastian usaha bagi UMKM. Pasal ini mewajibkan negara untuk melindungi UMKM dari praktik usaha merugikan seperti persaingan tidak sehat dan monopoli, serta menjamin kepastian perizinan dan hukum kontrak. Perlindungan ini mencakup legalitas usaha melalui sistem perizinan berbasis risiko (Online Single Submission/OSS), perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan keamanan transaksi digital serta data pribadi. Kedua pasal ini menjadi fondasi krusial bagi pertumbuhan UMKM berbasis teknologi di Indonesia. Untuk memperkuat ekosistem usaha digital, pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 sebagai turunan dari UU Cipta Kerja. Regulasi ini menekankan kemudahan berusaha melalui simplifikasi prosedur perizinan, penyederhanaan regulasi, dan pemberian insentif, serta mendorong digitalisasi UMKM dengan sistem perizinan OSS berbasis elektronik. Dalam konteks digitalisasi pasar yang pesat, perlindungan hukum

bagi UMKM menjadi sangat penting. UMKM tidak hanya dituntut untuk beradaptasi dengan produksi dan penjualan, tetapi juga dengan ekosistem digital yang kompetitif. Digitalisasi membuka peluang pasar yang lebih luas namun juga memunculkan tantangan hukum baru terkait HKI, keamanan transaksi, dan perlindungan konsumen daring. Oleh karena itu, regulasi yang ada harus menyediakan payung hukum yang kuat. pengaturan hukum perjanjian kemitraan UMKM melalui platform digital masih belum spesifik. UU UMKM *jo.* UU Cipta Kerja dan peraturan pelaksanaannya (PP No. 17 Tahun 2013 dan PP No. 7 Tahun 2021) hanya mengatur pola dan istilah kemitraan secara umum, tanpa merinci pemanfaatan platform digital dalam perjanjian kemitraan. UU Cipta Kerja, dengan konsep *omnibus law*-nya, bertujuan menyederhanakan regulasi yang tumpang tindih. UMKM merupakan salah satu sektor prioritas UU ini, yang diwujudkan dalam PP No. 7 Tahun 2021 melalui kemudahan perizinan, perlindungan (bantuan hukum dan pemulihan), serta pemberdayaan (basis data tunggal, promosi, HKI, penjaminan pinjaman, pengadaan barang/jasa pemerintah, pencatatan keuangan, kemitraan, dan digitalisasi). Meskipun demikian, masih terdapat celah hukum terkait pengaturan khusus perjanjian kemitraan UMKM di platform digital.

e. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021.

Pemerintah Indonesia telah menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 (PP No. 7 Tahun 2021) sebagai instrumen strategis untuk memudahkan, melindungi, dan memberdayakan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Regulasi ini merupakan bagian dari upaya deregulasi dan debirokratisasi yang mendukung Undang-Undang Cipta Kerja, dengan tujuan utama mempercepat kemudahan berusaha di Indonesia. Salah satu poin krusial adalah penyederhanaan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), yang menjadi identitas tunggal bagi setiap pelaku usaha. NIB ini berfungsi sebagai pintu gerbang akses UMKM ke berbagai layanan perizinan, pembiayaan, perlindungan hukum, dan dukungan pengembangan usaha, diharapkan mampu memangkas birokrasi yang rumit dan memakan waktu. PP ini juga mengatur pengurangan tarif perizinan dan penyederhanaan persyaratan berusaha, yang sebelumnya menjadi hambatan signifikan, sehingga UMKM dapat lebih mudah melegalkan usahanya, sekaligus meningkatkan kredibilitas dan daya saing di pasar digital.

Meskipun secara regulasi PP No. 7 Tahun 2021 terlihat komprehensif, implementasinya di lapangan masih menghadapi kendala. Salah satu tantangan utama adalah disparitas akses dan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan sistem

perizinan berbasis elektronik melalui platform Online Single Submission (OSS). Banyak UMKM, khususnya di daerah terpencil dengan infrastruktur digital yang kurang memadai, kesulitan mengakses layanan OSS ini. Kendala seperti koneksi internet yang tidak stabil, minimnya pengetahuan dan keterampilan digital, serta kurangnya sosialisasi mengenai tata cara pengurusan perizinan elektronik menjadi penghambat utama.

Kondisi ini mengindikasikan perlunya intervensi kebijakan yang lebih afirmatif dari pemerintah, baik pusat maupun daerah. Pemerintah harus meningkatkan upaya sosialisasi, pelatihan literasi digital, dan menyediakan layanan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM, seperti *workshop* penggunaan OSS dan bantuan konsultasi. Selain itu, evaluasi dan penyempurnaan sistem OSS agar lebih *user-friendly* dan responsif sangat dibutuhkan, dilengkapi dengan fitur bantuan interaktif dan pengaduan. Secara keseluruhan, meskipun PP No. 7 Tahun 2021 telah membawa perubahan positif, manfaatnya akan sepenuhnya dirasakan jika ada sinergi kuat antara pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya, didukung infrastruktur digital, pelatihan berkelanjutan, serta kemudahan akses perizinan dan pembiayaan. Hal ini penting untuk mewujudkan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia yang mampu bersaing global di era digital.

f. Peraturan Mendag No. 31/2023.

Pemerintah Indonesia terus berupaya memperkuat ekosistem perdagangan digital dengan berbagai regulasi, salah satunya adalah Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), khususnya Bab IV yang mengatur Iklan Elektronik. Pasal-pasal penting dalam bab ini menyatakan bahwa pelaku usaha dapat membuat dan mengirim iklan elektronik untuk pemasaran atau promosi (Pasal 23 ayat 1 & 2), dengan cakupan pembuatan, publikasi, dan penyebarluasan (Pasal 24). Pengiriman iklan dapat dilakukan secara real-time atau jeda waktu melalui berbagai sarana komunikasi elektronik, baik oleh pelaku usaha sendiri maupun pihak ketiga penyedia PMSE (Pasal 25). Pentingnya, Permendag ini mewajibkan penyedia sarana PMSE (PPMSE) untuk mematuhi ketentuan penyiaran, perlindungan privasi dan data pribadi, perlindungan konsumen, serta prinsip persaingan usaha yang sehat (Pasal 26). Pelaku usaha juga bertanggung jawab memastikan substansi iklan elektronik tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan (Pasal 27).

Menurut Hutagalung, Permendag No. 31 Tahun 2023 sangat signifikan dalam memberikan perlindungan komprehensif bagi UMKM di era ekonomi digital, meliputi legalitas produk dan perlindungan data pribadi. Regulasi ini secara umum mengatur perizinan usaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam PMSE, memberikan peluang optimasi bisnis sekaligus melindungi hak konsumen. Tujuannya adalah meningkatkan daya saing UMKM, melindungi pasar domestik, dan memastikan persaingan yang adil. Aspek-aspek pentingnya meliputi: definisi model bisnis PMSE (marketplace dan social commerce) untuk memfasilitasi pembinaan dan pengawasan; penetapan harga minimum US\$100 per unit untuk barang impor jadi yang dijual melalui e-commerce lintas negara; daftar positif barang impor yang diizinkan masuk langsung; persyaratan ketat bagi pedagang luar negeri (bukti legalitas usaha, kepatuhan SNI dan sertifikasi halal, label berbahasa Indonesia, informasi asal barang); larangan bagi marketplace dan social commerce bertindak sebagai produsen; dan pengendalian data yang melarang penyalahgunaan data pengguna oleh PMSE dan afiliasinya.

Selain Permendag tersebut, terdapat regulasi lain yang mendukung ekosistem UMKM digital. Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2022 tentang Penguatan Ekosistem UMKM menekankan integrasi UMKM ke dalam ekosistem digital nasional, termasuk melalui e-commerce dan pembayaran digital, serta perlindungan dari eksploitasi dan ketimpangan ekonomi digital. Pemerintah pusat dan daerah diamanatkan untuk memberikan insentif dan pelatihan berbasis teknologi. Sebelumnya, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 (yang kemudian dicabut oleh Permendag 31/2023) telah memberikan landasan teknis terkait kewajiban pendaftaran, transparansi informasi, perlindungan konsumen, dan pengawasan praktik usaha yang berpotensi merugikan publik bagi pelaku usaha daring, termasuk UMKM. Regulasi-regulasi ini secara kolektif memberikan kejelasan hukum dan posisi tawar yang lebih baik bagi UMKM dalam ekosistem e-commerce.

B. Implementasi Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha UMKM Dalam Pasar Digital

Perlindungan hukum bagi pelaku usaha di pasar digital di Indonesia diimplementasikan melalui berbagai regulasi, salah satunya dicontohkan dalam Kasus Nomor 02/KPPU-K/2020. Kasus ini melibatkan dugaan pelanggaran Pasal 35 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang melarang usaha besar memiliki atau menguasai UMKM sebagai mitra. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam putusannya mempertimbangkan kriteria modal

usaha pelaku usaha, definisi UMKM, analisis hubungan kemitraan inti-plasma, serta fokus pada pengertian "memiliki dan/atau menguasai". Hasilnya, Terlapor dinyatakan melanggar, menegaskan komitmen untuk menjaga persaingan usaha yang sehat. Untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi UMKM yang bermitra dengan perusahaan besar, beberapa rekomendasi diusulkan: revisi regulasi untuk menjamin perlindungan hukum yang setara, penguatan kelembagaan hukum (termasuk peningkatan kapasitas peradilan dan mekanisme penyelesaian sengketa alternatif), pendidikan hukum dan kesadaran masyarakat (khususnya UMKM mengenai hak-hak mereka), pengembangan kemitraan dan jaringan antara UMKM, perusahaan besar, dan lembaga hukum, pengawasan dan penegakan hukum yang ketat terhadap praktik bisnis tidak adil, serta peningkatan akses terhadap modal dan teknologi. Penerapan rekomendasi ini diharapkan dapat mengurangi kesenjangan dalam hubungan bisnis dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, meskipun mengatur asas demokrasi ekonomi dan keseimbangan kepentingan, belum secara tegas mengatur penyalahgunaan posisi tawar dominan yang merugikan UMKM. Meskipun KPPU telah menerbitkan Peraturan KPPU No. 5 Tahun 2011 yang melarang praktik seperti *Tying Agreement*, perlindungan yang lebih efektif masih diperlukan melalui revisi undang-undang untuk memberikan kepastian hukum yang lebih baik bagi UMKM.

Tantangan utama UMKM dalam kemitraan dengan perusahaan besar meliputi keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar, serta perbedaan kapasitas operasional dan manajerial. Selain itu, UMKM menghadapi risiko hukum dan finansial yang lebih besar jika kemitraan tidak berjalan sesuai harapan. Kebijakan pemerintah yang berfokus pada pertumbuhan perusahaan besar seringkali mengesampingkan UMKM. Untuk mengatasi ini, kebijakan dan program pendukung khusus diperlukan untuk memperkuat kapasitas UMKM, termasuk akses keuangan, pelatihan keterampilan, dan akses pasar yang adil.

Kasus Pasar Tanah Abang menjadi contoh nyata kerugian UMKM akibat banjir produk impor murah yang masuk melalui *e-commerce* tanpa memenuhi standar legalitas dan kualitas, menciptakan persaingan tidak sehat. Pemerintah dikritik karena lamban dalam merespons, terutama terkait ketiadaan regulasi spesifik mengenai distribusi barang impor via *e-commerce* dan pengaturan algoritma platform digital. Minimnya literasi digital dan akses internet di daerah terpencil juga menjadi kendala. Oleh karena itu, diperlukan regulasi digital yang komprehensif dan implementasi yang efektif, pengawasan ketat terhadap barang impor, serta kolaborasi lintas kementerian. Tanpa regulasi yang tegas dan adil,

UMKM akan terus menjadi korban ketidakseimbangan pasar. Studi menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang kuat bagi UMKM di pasar digital sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi inklusif. Pemerintah perlu menyelenggarakan pelatihan pemasaran daring, menyediakan fasilitas pendanaan rendah bunga, memberikan pendampingan langsung, dan menghilangkan diskriminasi gender. UMKM berperan penting secara sosial dan ekonomi karena penyebarannya di pedesaan, kemampuan menyerap tenaga kerja, peran kewirausahaan, dan peluang bagi perempuan, meskipun terhambat oleh akses pinjaman bank dan kesulitan pemasaran.

Pemerintah daerah memegang peran strategis dalam memperkuat perlindungan hukum UMKM digital. Ini meliputi penyediaan infrastruktur internet, program pelatihan dan pembinaan digital (termasuk pemasaran *online* dan pengelolaan data), serta fasilitasi layanan bantuan hukum dan mediasi sengketa. Meskipun ada kendala akses internet dan rendahnya literasi digital di beberapa daerah, sinergi antara pemerintah pusat dan daerah, didukung regulasi yang memadai dan program berbasis kebutuhan lokal, sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif, adil, dan berkelanjutan bagi UMKM.

SIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasar digital merupakan salah satu aspek strategis yang berperan penting dalam menjamin keberlangsungan, pertumbuhan, dan daya saing UMKM di era transformasi ekonomi berbasis teknologi. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, beserta peraturan turunannya seperti Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM, telah mengubah pendekatan regulatif terhadap UMKM dengan memberikan akses yang lebih luas terhadap legalitas usaha, perizinan yang terintegrasi secara digital, serta perlindungan dari segi hukum usaha berbasis digital. Pendekatan baru ini menjadikan UMKM sebagai subjek hukum yang mendapat perhatian dalam . Secara umum, dapat disimpulkan bahwa regulasi dalam Undang-Undang Cipta Kerja telah memberikan kerangka perlindungan hukum yang lebih progresif bagi UMKM di era digital. Regulasi ini tidak hanya mengurangi hambatan struktural dalam perizinan dan pembiayaan, tetapi juga mendorong partisipasi UMKM dalam ekonomi digital yang inklusif. Namun, tantangan ke depan adalah bagaimana memastikan bahwa perlindungan hukum tersebut berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Dibutuhkan koordinasi lintas sektor, pengawasan yang ketat, dan evaluasi kebijakan secara berkala, agar tujuan dari reformasi hukum melalui Undang-Undang Cipta Kerja benar-benar dapat dirasakan oleh pelaku UMKM di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashofa, Burhan. *Teori Hukum: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Bormane, Santa & Marta Urbane. 2023. The Factors Influencing Legal and Ethical Digital Marketing Communication. *Proceedings of the 2023 International Conference "Economic Science for Rural Development"*. 57.
- Deden Hidayat. "Transformasi Digital UMKM dan Tantangan Regulasi dalam Era Ekonomi Digital." *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, Vol. 10, No. 2, 2022, hlm. 133.
- Dedy Mulyadi. *Hukum Ekonomi Internasional: Teori dan Praktik*. Bandung: Refika Aditama, 2019.
- Fahmi Wibawa. *Panduan Praktis Perizinan Usaha Terpadu*. Jakarta: PT Grasindo, 2007.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, 2016.
- Lubis, Maria S. *Hukum Perdagangan Elektronik di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Raharjo, Satjipto. *Perlindungan Hukum bagi Hak Asasi Manusia*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2010.
- Rifai, Ahmad. *Perlindungan Hukum Bagi UMKM di Era Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2022.
- Slamet, B. *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2012.
- Soeharto Prawiro. *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan Perdagangan Luar Negeri*. Jakarta: LP3ES, 2003.