
Kebijakan Hukum Persaingan Usaha Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Era Digital

Setiyo Utomo

setiyoutomo@fh.unmul.ac.id

Deny Slamet Pribadi

denyslametpribadi@fh.unmul.ac.id

Fakultas Hukum Universitas Mulawarman

Abstract

The advancement of information and communication technology in the digital era has significantly transformed the business landscape. This transformation has the potential to create new opportunities and challenges across various sectors, including Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). In the digital era, MSMEs have greater access to the global market through e-commerce platforms and social networks, enabling them to reach customers worldwide. However, along with these opportunities, significant legal challenges arise that can impact the legal protection of MSMEs within the context of business competition. Factors such as the dominance of large corporations, complex regulations, privacy issues, and intense competition can hinder the progress of MSMEs. From the perspective of competition law, legal protection for MSMEs is a critical aspect. Competition law aims to promote fair competition, protect consumer interests, and prevent harmful practices like monopolies and oligopolies that affect smaller entities like MSMEs. The research method employed in this paper is a type of doctrinal research that systematically explains a regulation, focusing on legal principles and legal systems. This research intends to provide in-depth insights and relevant solutions to ensure that MSMEs can compete fairly and succeed in an increasingly competitive digital environment. The study aims to address questions related to legal protection and legal challenges faced by MSMEs in the digital era.

Key words: Legal Protection; Digital Era; MSME; Business Competition.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Transformasi ini dapat menciptakan peluang baru dan tantangan baru yang harus dihadapi oleh berbagai sektor, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam era digital, UMKM memiliki akses lebih besar ke pasar global melalui platform e-commerce dan jejaring sosial, ini dapat memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan di seluruh dunia. Namun, seiring dengan peluang tersebut, muncul juga tantangan hukum yang signifikan yang dapat mempengaruhi perlindungan hukum terhadap UMKM dalam konteks persaingan usaha. Faktor seperti dominasi perusahaan besar, regulasi kompleks, isu privasi, dan persaingan ketat dapat menghambat kemajuan UMKM. Dalam perspektif hukum persaingan usaha, perlindungan hukum terhadap UMKM adalah suatu aspek yang penting. Hukum persaingan usaha bertujuan untuk mendorong persaingan yang sehat dan melindungi kepentingan konsumen, sambil

mencegah praktik-praktik monopoli dan oligopoli yang merugikan pihak-pihak yang lebih kecil seperti UMKM. Adapun metode penelitian dalam penulisan ini adalah menggunakan jenis penelitian doktrinal yang menjelaskan secara sistematis sebuah peraturan, jenis penelitian ini juga berpaku pada asas-asas hukum dan sistematika hukum.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum; Era Digital; UMKM; Persaingan Usaha.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Transformasi ini dapat menciptakan peluang baru dan tantangan baru yang harus dihadapi oleh berbagai sektor, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebagai salah satu pilar ekonomi yang penting dalam banyak negara, menjadi semakin rentan terhadap perubahan dan persaingan yang cepat di dunia digital.¹ Dalam penerapan Undang-Undang Anti Monopoli sebagaimana untuk menciptakan kesejahteraan Masyarakat sehingga akan tercipta adanya kebebasan Masyarakat dalam memilih produk-produk yang akan dikonsumsi sehingga Masyarakat akan memilih dengan keunggulan harga, kualitas dan keunggulan yang dituntut Masyarakat tersebut akan mengarahkan produsen menjadi lebih efisien dalam menjalankan usahanya.² Dalam era digital, UMKM memiliki akses lebih besar ke pasar global melalui platform e-commerce dan jejaring sosial, ini dapat memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan di seluruh dunia. Namun, seiring dengan peluang tersebut, muncul juga tantangan hukum yang signifikan yang dapat mempengaruhi perlindungan hukum terhadap UMKM dalam konteks persaingan usaha.

Era digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan ekonomi serta bisnis, melainkan digitalisasi lebih kepada perlindungan agar para pelaku bisnis mendapatkan hasil dalam hal ini keuntungan dan mengurangi resiko kerugian. Negara telah memberikan fasilitas melalui peraturan perundang-undangan yang dibuat untuk memasuki era digitalisasi. Pelaku bisnis menggunakan kemudahan teknologi informasi dan telekomunikasi dalam menjalankan kegiatan bisnis. Perubahan cara bisnis ke arah digitalisasi mengharuskan pelaku bisnis dapat beradaptasi mengikuti perkembangan. Dampak yang dirasakan oleh perusahaan besar dalam pola bisnis digitalisasi tidak begitu mengalami kendala, pada dasarnya perusahaan besar memiliki sumber daya yang profesional sedangkan pada UMKM perubahan menuju digitalisasi banyak membutuhkan banyak persiapan.³

¹ Budi Harto and others, *Transformasi Bisnis Di Era Digital : Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis Di Era Digital* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), p. 31.

² Sentot Imam Wahjono and Anna Marina, "Kebijakan Anti Monopoli Dalam Perekonomian Indonesia," *Jurnal Balance*, 3.1 (2009), 1-15.

³ Roby Irham Ramadhan, "PERLINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL HASIL PRODUK UMKM ERA DIGITALISASI," *Jurnal Magister Hukum Perspektif*, 13.1 (2022), 16-25.

Ditinjau dari perspektif hukum positif Indonesia, perlindungan hukum bagi pelaku usaha dalam transaksi bisnis pada social commerce TikTok Shop diatur secara preventif oleh beberapa peraturan perundang-undangan, yakni KUH Pidana, UUPK, UU ITE, serta peraturan pendukung UU ITE, yakni PP PMSE dan Permendag No. 50/2020. Pelaku usaha selaku seller pada TikTok Shop juga mendapatkan perlindungan hukum dari perjanjian baku yang telah disepakati antara penyelenggara TikTokShop dan pelaku usaha serta antara pelaku usaha dan konsumen.⁴

Kehadiran perusahaan besar, regulasi yang kompleks, isu privasi, dan persaingan yang ketat dapat menjadi hambatan bagi UMKM. Dalam perspektif hukum persaingan usaha, perlindungan hukum terhadap UMKM adalah suatu aspek yang penting. Hukum persaingan usaha bertujuan untuk mendorong persaingan yang sehat dan melindungi kepentingan konsumen, sambil mencegah praktik-praktik monopoli dan oligopoli yang merugikan pihak-pihak yang lebih kecil seperti UMKM.⁵ Sejalan dengan itu, Perlindungan hukum terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diatur dalam hukum persaingan usaha di era digital melalui beberapa mekanisme dan peraturan perundang-undangan. Seperti, upaya pemerintah Indonesia membentuk KPPU sebagai Otoritas Anti monopoli, serta Sahnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Antti Monopoli dan Pratik usaha tidak sehat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut 1. Bagaimana perlindungan hukum bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital dari perspektif hukum persaingan usaha. 2. Apa saja tantangan hukum yang dihadapi UMKM dalam menjalankan usaha dalam era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis bagaimana perlindungan hukum bagi UMKM di era digital dalam konteks hukum persaingan usaha. Selain itu, penelitian ini juga akan mendalami apa saja tantangan hukum yang dihadapi UMKM dalam menjalankan usaha dalam era digital. Metode penelitian dalam penulisan ini adalah menggunakan jenis penelitian doktrinal yang menjelaskan secara sistematis sebuah peraturan, jenis penelitian ini juga berpaku pada asas-asas hukum dan sistematika hukum.⁶ Pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual. Pendekatan Undang-Undang (statute approach) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum

⁴ Widadatul Ulya, "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Pada Transaksi Bisnis Social Commerce TikTok Shop (Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam)," *Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law*, 6.1 (2023), 18–34.

⁵ Paramita Prananingtyas and others, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017), p. 35.

⁶ Muhamad Muhdar, *Perlindungan Hukum Wilayah Laut: Potret Pengelolaan Migas Di Wilayah Laut* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), p. 8.

yang sedang ditangani.

B. PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum terhadap UMKM di era digital Perspektif Hukum Persaingan Usaha

Perlindungan hukum terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital, terutama dalam perspektif hukum persaingan usaha, merupakan isu yang sangat relevan dan kompleks. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian global, dan dengan seiring berkembangnya teknologi digital, terdapat tantangan dan peluang baru yang harus dipertimbangkan. Dalam pandangan hukum persaingan usaha, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan untuk memberikan perlindungan yang tepat bagi UMKM di era digital. Perlindungan hukum bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diatur melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha yang tidak Sehat. Hal ini dilakukan untuk memastikan kelangsungan UMKM, yang merupakan inkarnasi dari demokrasi ekonomi yang berprinsip pada kesetaraan dan keadilan. Saat ini, situasi ini memberikan peluang kepada pengusaha skala kecil untuk meningkatkan aktivitas bisnis mereka dan memberikan kesempatan kepada seluruh masyarakat Indonesia untuk berusaha dalam lingkungan persaingan yang sehat. Tujuannya adalah mencegah akumulasi kekuatan ekonomi oleh kelompok usaha yang eksklusif.

Definisi pelaku usaha, sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999, merujuk kepada individu atau entitas usaha, baik yang berbadan hukum maupun tidak, yang beroperasi atau menjalankan kegiatan bisnis di wilayah hukum Indonesia, baik secara individu maupun melalui perjanjian untuk melakukan berbagai kegiatan ekonomi. Agar terjaga persaingan yang sehat di antara pelaku usaha, Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 mengatur tugas dan kewenangan sebuah komisi. Pasal 30 hingga Pasal 37 Undang-Undang ini menguraikan peran dan tanggung jawab Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang didirikan secara independen sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 75 tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) adalah sebuah badan yang didirikan khusus untuk mengawasi pelaksanaan Undang-undang Antimonopoli di Indonesia. KPPU memiliki fungsi yang meliputi berbagai tugas dan kewenangan, seperti yang diatur dalam Undang-undang Nomor 5 tahun 1999. Tugas KPPU terdiri dari beberapa aspek yang termasuk melakukan penilaian terhadap perjanjian yang bisa menyebabkan praktek monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat, menilai kegiatan dan tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan praktek tersebut, menilai penyalahgunaan posisi

dominan, mengambil tindakan sesuai dengan kewenangannya, memberikan saran terkait kebijakan pemerintah, menyusun pedoman dan publikasi yang terkait dengan undang-undang ini, serta memberikan laporan berkala kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga di negara-negara maju. Pengecualian bagi usaha kecil yang diatur didalam Pasal 50 huruf (h) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dimungkinkan karena UMKM tidak memiliki kemampuan yang kuat untuk bersaing dengan pelaku usaha besar.⁷

Perdagangan yang tadinya bersifat konvensional yang mengharuskan interaksi tatap muka antara penjual dan pembeli bertransformasi menjadi perdagangan yang bersifat elektronik, dimana antara penjual dan pembeli tidak perlu bertemu dalam proses jual belinya, melainkan cukup melalui sistem e-commerce. Perdagangan berbasis elektronik saat ini dan kedepannya mempunyai potensi pangsa pasar yang tinggi, dan dapat menjadi sektor penting dan salah satu tulang punggung perekonomian nasional. Dari data statistik perkembangan e-commerce menunjukkan peningkatan tiap tahunnya, dimana juga telah merambah pada usaha kecil dan menengah.⁸

Konsep perlindungan hukum yang hendak dicapai melalui regulasi yang mengatur (bukan melarang) social commerce ialah memberikan perlindungan yang sama bagi setiap pelaku usaha di dalam upaya untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat. Konsep yang digunakan oleh pemerintah adalah mencip memungkinkan pertumbuhan social commerce yang sehat dan berkelanjutan, sambil melindungi UMKM dan menjaga keseimbangan ekonomi secara umum.⁹

Perlindungan UMKM dalam bisnis online sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, daya saing, kualitas produk, inovasi, dan kepatuhan terhadap peraturan. Dalam konteks bisnis online, UMKM menghadapi tantangan seperti masalah hukum, keterbatasan literasi digital, dan legalitas usaha. Permendag No. 31 Tahun 2023 memiliki beberapa ketentuan penting, termasuk penetapan harga minimum, syarat khusus bagi pedagang luar negeri, dan larangan loka pasar dan social commerce sebagai

⁷ Nadia Feby Artharini, "Perlindungan Bagi Umkm Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat," " *Dharmasisya*" *Jurnal Program Magister Hukum FHUI*, 2.3 (2023), 27.

⁸ Imam Lukito, "Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce," *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 11.3 (2017), 349–67.

⁹ Ilham Putra, "PERLINDUNGAN HUKUM USAHA MIKRO, KECIL DAN MENANGAH DI INDONESIA DARI PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT PADA PLATFORM SOCIAL COMMERCE," *Dinamika*, 30.1 (2024), 9204–21.

produsen.¹⁰

Kedudukan atas sebuah perlindungan bagi UMKM sejatinya untuk dapat memberikan kepastian terhadap perilaku pelaku usaha UMKM untuk dapat menjalankan usaha sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hak atas perlindungan UMKM dalam hal memastikan pengembangan atas UMKM di tengah berkembangnya sistem digitalisasi yang terjadi. Pelaku usaha besar dan pelaku UMKM menjadi bagian yang tidak terpisahkan atas hubungan saling membutuhkan oleh karena itulah peran pemerintah dalam memberikan kebijakan yang harus saling menguntungkan bukan sebaliknya. Eksistensi UMKM saat ini memberikan pengakuan bahwa pelaku UMKM dapat bersaing dan memiliki inovasi yang mampu menumbuhkan nilai ekonomi baru dan UMKM sebagai pelaku nilai ekonomi yang tidak dapat di intimidasi atas melemahnya ekonomi suatu negara. Tantangan yang terjadi saat ini bahwa UMKM harus mampu bersaing dan mengembangkan skill untuk mampu menciptakan nilai ekonomi baru terhadap proses pemasaran untuk penjualan yang menguntungkan.

2. Tantangan Hukum yang dihadapi UMKM dalam menjalankan usaha di era digital

Tantangan hukum yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menjalankan usaha di era digital saat ini sangat kompleks. Era digital telah membawa perubahan besar dalam cara UMKM beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan bersaing di pasar. Berikut adalah beberapa tantangan Hukum yang dihadapi UMKM di era digital :

Pertama, bahwa Keterbatasan sumber daya manusia dalam digitalisasi sebagaimana Tanpa kesiapan dalam sumber daya manusia dalam digitalisasi, UMKM akan tetap mengalami kesulitan dalam permodalan maupun dalam pemasaran. Hal ini dapat mengakibatkan kesulitan dalam mengelola bisnis secara efisien dan efektif di lingkungan digital. Kedua, Kurangnya literasi digital bahwa UMKM di Indonesia masih menghadapi tantangan dalam hal literasi digital. Perbedaan kondisi geografis Indonesia menjadi salah satu kendala dalam pemerataan fasilitas yang sejatinya menjadi tanggung jawab negara ini. Dalam lingkungan digital, literasi digital sangat penting untuk mengelola bisnis dengan baik dan memanfaatkan teknologi yang ada. Ketiga, Keterbatasan akses ke teknologi bahwa Beberapa UMKM mungkin tidak memiliki akses ke teknologi digital karena keterbatasan finansial atau infrastruktur. Hal ini dapat menghambat kemampuan UMKM untuk bersaing di pasar digital.

¹⁰ Moody Rizqy Syailendra and Inayah Fasawwa Putri, "Tinjauan Hukum Mengenai Perlindungan UMKM Serta Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 Terhadap Social Commerce Tiktok Shop," *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3.6 (2023), 5087–5100.

Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan akses UMKM ke teknologi digital.¹¹ Keempat, yaitu Persaingan yang ketat: Dalam pasar digital, persaingan dapat menjadi lebih ketat karena banyak pesaing yang dapat dengan mudah memasuki pasar. Hal ini dapat menghambat kemampuan UMKM untuk bersaing di pasar digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk membantu UMKM membedakan diri dari pesaing mereka. Kelima, Perlindungan data yaitu Dalam era digital, perlindungan data menjadi penting untuk melindungi UMKM dari penggunaan big data yang tidak jujur dan ilegal yang dapat menekan UMKM dalam berkembang di era digital sekarang ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan perlindungan data bagi UMKM.¹²

Revolusi Industri 4.0 merombak pergerakan perekonomian dunia. Jika tidak mempersiapkan diri dari sekarang, akan tertinggal jauh dalam perekonomian dunia. Intervensi pemerintah dalam pasar monopoli dan oligopoly bertujuan untuk mempengaruhi harga, jumlah yang diproduksi, dan distribusi pendapatan dari kegiatan ekonomi. Intervensi dilaksanakan melalui 2 cara, yaitu : Peraturan (*regulation*) dan Undang-undang anti-monopoli untuk menjamin terjadinya persaingan usaha secara sehat.¹³ Berbicara persaingan usaha (bisnis) yang tidak sehat tidak hanya sebatas persaingan yang berdampak pada sesama pelaku usaha saja, namun tentunya hal itu juga berhubungan erat dengan perlindungan konsumen sebagai salah satu Upaya untuk mencapai kesejahteraan masyarakat, sebagaimana tertuang dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.¹⁴ Upaya digitalisasi bagi pelaku usaha Ekonomi kreatif dan UMKM dapat ditempuh dengan digitalisasi hukum dan digitalisasi ekonomi sebagaimana digitalisasi hukum dengan cara pendirian dan pendaftaran badan usaha, pendaftaran Hak atas Kekayaan Intelektual secara online, dan pendaftaran izin usaha secara online. Sedangkan digitalisasi ekonomi dapat ditempuh dengan cara mengikuti pelatihan online, melakukan pemasaran secara online di media sosial dan marketplace, perolehan kiat-kiat sukses berusaha di website resmi pemerintah dan media digital.¹⁵ Salah satu pemanfaatan

¹¹ Lina Anatan and Nur, "Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia," *Economies*, 11.6 (2023), 156.

¹² Rahmat ILYAS, "Analysis of the Influence of Digitalization on UMKM Growth (Case Study of Bangka Belitung and Yogyakarta UMKM)," *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4.2 (2023), 477–81.

¹³ Osgar S Matompo and Moh Nafri, "Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia," *Maleo Law Journal*, 4.2 (2020), 126–36.

¹⁴ Desi Apriani and Syafrinaldi Syafrinaldi, "Konflik Norma Antara Perlindungan Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dengan Perlindungan Konsumen," *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4.1 (2022), 14–33.

¹⁵ Nizam Zakka, "Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dan UMKM Di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi," *Pancasila Bureaucracy, Journal of Regional Government, Development and Innovation*, 2.1 (2020), 39–48.

big data pada marketplace di Indonesia dapat berdampak positif dan negatif. Oleh sebab itu, perlu adanya kebijakan dalam bentuk perundang-undangan untuk mengatur dan meminimalisir dampak negatif yang ditimbulkan. Dari peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia saat ini dapat diketahui bahwa bentuk perlindungan konsumen akibat adanya penyalahgunaan dalam pemanfaatan big data oleh pelaku usaha atau oleh pihak lain.¹⁶ oleh karena itulah pengembangan UMKM harus dapat diimbangi dengan sistematisasi proses digitalisasi yang mampu bersaing dan memiliki keamanan yang jelas. Modernisasi ekonomi digital yang tidak dapat dihindari khususnya oleh pelaku UMKM telah menuntut untuk menguasai segala bentuk keterbaruan teknologi yang terjadi. Jika pelaku UMKM dapat mengikuti arus perkembangan yang begitu kompleks, maka stabilitas ekonomi nasional akan tercapai. Dibalik semua itu, pelaku UMKM membutuhkan perlindungan hukum dalam melaksanakan kegiatan UMKMinya. Regulasi hukum yang tercantum pada Pasal 34 ayat (1) UUD 1945 dan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menjadi dasar atas semua regulasi hukum yang mengatur mengenai UMKM.¹⁷

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah: a. penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan mampu menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia; b. Sumber wirausaha baru, keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru ; c. memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar; d. memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil dari industri sekitar, industri kecil sebagian besar e. memiliki potensi untuk berkembang.¹⁸

Pengaturan penentuan harga yang wajar dan adil pada ekosistem digital di Indonesia secara konseptual belum mengacu pada prinsip-prinsip dasar keterbukaan dalam hukum persaingan usaha yang sehat. Di samping itu secara regulasi, aturan turunan UU 5/1999 sebagai aturan pokok hukum persaingan usaha belum mengatur secara

¹⁶ Widadatul Ulya, "TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PERSAINGAN USAHA DALAM PEMANFAATAN BIG DATA MARKETPLACE DI INDONESIA," *JURNAL ILMIAH HUKUM DAN DINAMIKA MASYARAKAT*, 20.2 (2022), 15–29.

¹⁷ Ajeng Pramesthy Hardiani Kusuma, "Prinsip Kepastian Hukum Dalam Upaya Perlindungan Hukum Pelaku UMKM Di Era Modernisasi Ekonomi Digital," *Journal of Economic and Business Law Review*, 3.2 (2023), 132–44.

¹⁸ Lathifah Hanim, Eko Soponyono, and Maryanto Maryanto, "Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19," in *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2021, II, 30–39.

terang penentuan harga yang wajar dan adil pada ekosistem digital. Kesimpulan kedua adalah strategi untuk menjamin persaingan usaha yang sehat atas pengaturan harga produk sejenis yang sehat pada ekosistem digital di Indonesia adalah melalui strategi penentuan ambang batas atas, harga keseimbangan, dan ambang batas bawah atas satu klasifikasi produk sejenis tertentu oleh Kemendag sebagai perwakilan Pemerintah dan pihak-pihak terkait yang didahului oleh upaya justifikasi ilmiah oleh KPPU melalui satu rekomendasi kepada Pemerintah mengenai rasionalisasi dari strategi penentuan ambang batas.¹⁹ Konsep sebuah tantangan yang harus dimiliki UMKM salah satunya berinovasi dalam hal menciptakan nilai jual terhadap proses penjualan yang tetap menjaga sistem persaingan usaha secara sehat. Kedudukan KPPU sebagai Lembaga independent untuk mengawasi perilaku pelaku usaha besar dan pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya merupakan bagian yang penting dalam mengantisipasi terjadinya praktik persaingan usaha yaitu kegiatan yang dilarang, perjanjian yang dilarang, dan posisi dominan. Kegiatan digitalisasi yang terjadi saat ini secara aktif dilakukan oleh para pelaku usaha namun dalam hal perspektif persaingan usaha hal tersebut memiliki kewajaran untuk mendapatkan konsumen sehingga pengaturan terhadap proses terjadinya digitalisasi oleh UMKM maupun pelaku usaha besar harus mampu memberikan keseimbangan yang berkesinambungan.

C. KESIMPULAN

Dalam era digital, perlindungan hukum terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi sangat relevan dan kompleks, terutama dalam konteks hukum persaingan usaha. Undang-Undang Persaingan Usaha memberikan konsep pengawasan dan sebagai dasar hukum yang penting dalam proses terjadinya persaingan usaha terutama memastikan kelangsungan UMKM. Namun, UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan hukum dalam menjalankan usaha di era digital, termasuk keterbatasan sumber daya manusia dalam digitalisasi, kurangnya literasi digital, keterbatasan akses ke teknologi, persaingan yang ketat, dan perlindungan data. Untuk mendukung perkembangan UMKM di era digital, perlu adanya upaya yang terus-menerus dalam meningkatkan literasi digital, akses ke teknologi, dan perlindungan data, serta menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk memastikan UMKM dapat bersaing secara adil dan berkelanjutan dalam lanskap bisnis yang berubah dengan cepat. Konsep hukum persaingan usaha dalam hal menjaga stabilitas dari pelaku UMKM maupun pelaku usaha menjadi kewenangan dan kewajiban yang harus

¹⁹ Kristianus Jimmy Pratama, "Konsepsi Pengaturan Dan Pengawasan Ambang Batas Harga Produk Sejenis Ekosistem Usaha Digital," *Jurnal Persaingan Usaha*, 3.2 (2023), 93-105.

dilaksanakan sebagai Lembaga yang berwenang atas dinamika perkembangan persaingan usaha.

Daftar Pustaka

- Anatan, Lina, and Nur, "Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia," *Economies*, 11.6 (2023), 156
- Apriani, Desi, and Syafrinaldi Syafrinaldi, "Konflik Norma Antara Perlindungan Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dengan Perlindungan Konsumen," *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4.1 (2022), 14–33
- Artharini, Nadia Feby, "Perlindungan Bagi Umkm Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat," " *Dharmasiswa" Jurnal Program Magister Hukum FHUI*, 2.3 (2023), 27
- Hanim, Lathifah, Eko Soponyono, and Maryanto Maryanto, "Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19," in *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2021, II, 30–39
- Harto, Budi, Arief Yanto Rukmana, Rino Subekti, Rusdin Tahir, Ervina Waty, Agatha Christy Situru, and others, *Transformasi Bisnis Di Era Digital: Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis Di Era Digital* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)
- ILYAS, Rahmat, "Analysis of the Influence of Digitalization on UMKM Growth (Case Study of Bangka Belitung and Yogyakarta UMKM)," *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4.2 (2023), 477–81
- Kusuma, Ajeng Pramesthy Hardiani, "Prinsip Kepastian Hukum Dalam Upaya Perlindungan Hukum Pelaku UMKM Di Era Modernisasi Ekonomi Digital," *Journal of Economic and Business Law Review*, 3.2 (2023), 132–44
- Lukito, Imam, "Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce," *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 11.3 (2017), 349–67
- Matompo, Oskar S, and Moh Nafri, "Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia," *Maleo Law Journal*, 4.2 (2020), 126–36
- Muhdar, Muhamad, *Perlindungan Hukum Wilayah Laut: Potret Pengelolaan Migas Di Wilayah Laut* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015)
- Prananingtyas, Paramita, Andi Fahmi Lubis, Anna Maria Tri Anggraini, and Kurnia Toha, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017)
- Pratama, Kristianus Jimy, "Konsepsi Pengaturan Dan Pengawasan Ambang Batas Harga Produk Sejenis Ekosistem Usaha Digital," *Jurnal Persaingan Usaha*, 3.2 (2023), 93–105
- Putra, Ilham, "PERLINDUNGAN HUKUM USAHA MIKRO, KECIL DAN MENANGAH DI

- INDONESIA DARI PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT PADA PLATFORM SOCIAL COMMERCE," *Dinamika*, 30.1 (2024), 9204–21
- Ramadhan, Roby Irham, "PERLINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL HASIL PRODUK UMKM ERA DIGITALISASI," *Jurnal Magister Hukum Perspektif*, 13.1 (2022), 16–25
- Syailendra, Moody Rizqy, and Inayah Fasawwa Putri, "Tinjauan Hukum Mengenai Perlindungan UMKM Serta Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 Terhadap Social Commerce Tiktok Shop," *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3.6 (2023), 5087–5100
- Ulya, Widadatul, "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Pada Transaksi Bisnis Social Commerce Tiktok Shop (Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam)," *Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law*, 6.1 (2023), 18–34
- , "TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PERSAINGAN USAHA DALAM PEMANFAATAN BIG DATA MARKETPLACE DI INDONESIA," *JURNAL ILMIAH HUKUM DAN DINAMIKA MASYARAKAT*, 20.2 (2022), 15–29
- Wahjono, Sentot Imam, and Anna Marina, "Kebijakan Anti Monopoli Dalam Perekonomian Indonesia," *Jurnal Balance*, 3.1 (2009), 1–15
- Zakka, Nizam, "Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dan UMKM Di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi," *Pancasila Bureaucracy, Journal of Regional Government, Development and Innovation*, 2.1 (2020), 39–48