



JIHP:
Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik

E-ISSN: 2747-1993
P-ISSN: 2747-2000

<https://dinastirev.org/JIHP> ✉ dinasti.info@gmail.com ☎ +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i4>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Perlindungan Hukum bagi Pelaku UMKM dalam Kontrak Bisnis Digital

Dicky Purcahyono¹

¹ Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia, 10purcah@gmail.com

Corresponding Author: 10purcah@gmail.com

Abstract: *Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) are the backbone of the Indonesian economy, but in digital business practices, they often face legal challenges in business contracts, whether with suppliers, distributors, or marketplace platforms. This article examines aspects of legal protection for MSMEs in digital business contracts and identifies inequalities that occur in business relationships with large companies. This study employs a normative-legal research method, analysing business contract regulations in Indonesia and conducting a comparative study with legal systems in other countries. The research concludes that MSMEs require more proactive regulations to ensure fairness in digital business contracts and prevent exploitation by more dominant parties.*

Keywords: *Business Law, MSMEs, Digital Contracts, Marketplace, Legal Protection*

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, namun dalam praktik bisnis digital, mereka sering menghadapi tantangan hukum dalam kontrak bisnis, baik dengan pemasok, distributor, maupun platform marketplace. Artikel ini mengkaji aspek perlindungan hukum bagi UMKM dalam kontrak bisnis digital serta mengidentifikasi ketimpangan yang terjadi dalam hubungan bisnis dengan perusahaan besar. Kajian ini menggunakan metode penelitian normatif-yuridis dengan analisis terhadap regulasi kontrak bisnis di Indonesia serta studi perbandingan dengan sistem hukum di negara lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa UMKM membutuhkan regulasi yang lebih proaktif dalam memastikan keadilan dalam kontrak bisnis digital agar tidak mengalami eksploitasi dari pihak yang lebih dominan.

Kata Kunci: Hukum Bisnis, UMKM, Kontrak Digital, Marketplace, Perlindungan Hukum

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia, yang memberikan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap 97% tenaga kerja nasional (BPS, 2023). Dengan pertumbuhan pesat ekonomi digital, semakin banyak UMKM yang beralih ke platform digital untuk memasarkan produk dan layanan mereka. Kehadiran marketplace seperti Shopee,

Tokopedia, dan Lazada telah membuka peluang bisnis yang lebih luas bagi UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak dan meningkatkan daya saing mereka. Namun, di balik kemajuan tersebut, masih terdapat berbagai tantangan hukum yang dihadapi oleh UMKM dalam berinteraksi dengan platform digital, terutama dalam hal perjanjian kontrak bisnis yang sering kali merugikan pihak yang lebih kecil.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam bisnis digital adalah ketimpangan dalam perjanjian kontrak. Sebagian besar platform digital menerapkan kontrak adhesi, yaitu kontrak yang disusun secara sepihak oleh pihak marketplace tanpa memberikan ruang bagi UMKM untuk melakukan negosiasi. Akibatnya, banyak UMKM yang harus menerima ketentuan yang kurang menguntungkan, seperti potongan komisi tinggi, biaya layanan tersembunyi, dan persyaratan pengembalian barang (refund) yang lebih menguntungkan bagi konsumen tetapi memberatkan penjual. Hal ini sering kali membuat UMKM berada dalam posisi yang lemah karena mereka tidak memiliki daya tawar yang cukup untuk menolak atau mengubah ketentuan kontrak yang sudah ditetapkan oleh marketplace.

Selain itu, kurangnya pemahaman hukum di kalangan pelaku UMKM turut memperburuk situasi. Banyak pelaku UMKM yang menandatangani perjanjian bisnis digital tanpa memahami secara mendalam implikasi hukum yang terkandung di dalamnya. Beberapa UMKM bahkan tidak membaca secara rinci syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh platform marketplace sebelum menyetujui kontrak. Akibatnya, mereka sering kali terjebak dalam klausul yang tidak menguntungkan, seperti pemotongan keuntungan secara otomatis, penalti yang tinggi, serta perubahan kebijakan yang bisa dilakukan sepihak oleh platform marketplace tanpa pemberitahuan yang memadai. Minimnya edukasi hukum bagi UMKM membuat mereka rentan terhadap eksploitasi oleh perusahaan besar yang memiliki sumber daya hukum dan finansial yang lebih kuat.

Tantangan lainnya adalah penyalahgunaan dominasi pasar oleh platform digital besar, yang sering kali berdampak negatif terhadap pelaku usaha kecil. Marketplace besar memiliki kontrol penuh atas sistem algoritma pencarian dan rekomendasi produk, yang bisa digunakan untuk lebih menguntungkan merek-merek besar atau produk-produk yang memberikan komisi lebih tinggi kepada platform. Dalam banyak kasus, produk dari UMKM sering kali kalah bersaing dalam sistem pencarian karena kurangnya anggaran untuk membayar iklan berbayar (sponsored ads) yang ditawarkan oleh marketplace. Selain itu, ada laporan mengenai praktik tidak adil di mana marketplace sendiri ikut menjual produk serupa dengan harga yang lebih rendah, sehingga menyebabkan persaingan yang tidak sehat dan menghambat pertumbuhan UMKM lokal.

Dari perspektif hukum bisnis, regulasi yang ada di Indonesia masih belum sepenuhnya memberikan perlindungan maksimal bagi UMKM dalam menghadapi ketimpangan ini. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik sudah mengatur beberapa aspek bisnis digital, tetapi regulasi ini masih belum cukup spesifik dalam melindungi UMKM dari ketimpangan dalam kontrak bisnis digital. Sebagai contoh, tidak ada mekanisme hukum yang secara khusus mengatur negosiasi kontrak yang lebih adil bagi UMKM atau sanksi bagi marketplace yang menyalahgunakan dominasinya di pasar. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan tambahan yang lebih rinci untuk memastikan bahwa UMKM dapat beroperasi dalam lingkungan bisnis digital yang lebih adil dan transparan.

Tidak hanya di Indonesia, isu ketimpangan dalam perjanjian bisnis digital juga menjadi perhatian di berbagai negara. Uni Eropa, misalnya, telah menerapkan regulasi Digital Markets Act (DMA) yang mengatur agar perusahaan teknologi besar tidak dapat menyalahgunakan dominasinya untuk merugikan pelaku usaha kecil. Di Singapura, terdapat Fair Trading Act, yang melindungi pelaku usaha kecil dari praktik bisnis yang tidak adil oleh perusahaan besar. Di Amerika Serikat, beberapa negara bagian telah menerapkan Small Business Protection Act,

yang memberikan hak bagi UMKM untuk menegosiasikan kontrak dengan perusahaan teknologi besar. Model regulasi dari negara-negara tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Indonesia dalam merumuskan kebijakan hukum bisnis yang lebih berpihak kepada UMKM di era digital.

Penting untuk memahami bahwa perlindungan hukum bagi UMKM dalam kontrak bisnis digital bukan hanya tentang memberikan keadilan bagi pelaku usaha kecil, tetapi juga tentang menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Jika UMKM terus mengalami ketidakadilan dalam kontrak bisnis digital, hal ini dapat menghambat pertumbuhan ekonomi digital secara keseluruhan. Banyak UMKM yang pada akhirnya terpaksa keluar dari marketplace karena tidak mampu menanggung beban biaya tinggi dan persyaratan yang memberatkan, yang pada gilirannya akan mengurangi keberagaman produk dan inovasi di pasar digital. Sebaliknya, jika UMKM mendapatkan perlindungan yang memadai, mereka dapat tumbuh dan berkembang lebih optimal, menciptakan lebih banyak lapangan kerja, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional.

Oleh karena itu, diperlukan kajian akademik yang lebih mendalam untuk mengidentifikasi ketimpangan dalam kontrak bisnis digital yang melibatkan UMKM, serta memberikan rekomendasi solusi hukum yang dapat diterapkan untuk meningkatkan perlindungan terhadap pelaku usaha kecil. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai regulasi yang ada saat ini, mengidentifikasi kelemahan-kelemahan dalam sistem hukum bisnis digital, serta menawarkan solusi konkret yang dapat diimplementasikan oleh pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan adanya regulasi yang lebih adil dan perlindungan hukum yang lebih kuat, UMKM di Indonesia dapat berkembang dengan lebih baik di era digital, menciptakan persaingan usaha yang lebih sehat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kerangka teori

Kontrak bisnis digital merupakan bagian penting dari hukum bisnis yang mengatur hubungan antara pelaku usaha dalam ranah digital, termasuk antara UMKM dan platform marketplace besar. Dalam teori hukum, kontrak bisnis harus didasarkan pada prinsip kebebasan berkontrak sebagaimana dijelaskan oleh Williston (1920) dalam Teori Kebebasan Berkontrak. Teori ini menyatakan bahwa setiap pihak dalam transaksi bisnis memiliki kebebasan untuk menyusun dan menyepakati perjanjian tanpa adanya intervensi dari pihak luar. Dalam konteks bisnis digital, prinsip ini terlihat dalam model bisnis e-commerce di mana UMKM bebas untuk memilih platform yang akan digunakan serta menyetujui atau menolak persyaratan yang diberikan oleh marketplace. Namun, dalam praktiknya, kebebasan berkontrak ini sering kali tidak berjalan sebagaimana mestinya, terutama ketika satu pihak memiliki kekuatan lebih besar dibandingkan pihak lainnya. Dalam hubungan antara UMKM dan marketplace besar, kebebasan berkontrak sering kali menjadi sekadar formalitas karena UMKM tidak memiliki alternatif lain selain menyetujui syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh marketplace. Dalam kasus ini, kebebasan berkontrak menjadi tidak seimbang karena adanya disparitas kekuatan ekonomi dan hukum antara UMKM sebagai pihak kecil dengan marketplace sebagai pihak dominan.

Untuk mengatasi ketidakseimbangan ini, Fried (1981) mengembangkan Teori Kontrak Adhesi, yang menjelaskan bahwa dalam beberapa situasi bisnis, kontrak sering kali dibuat secara sepihak oleh pihak yang lebih kuat tanpa adanya negosiasi yang seimbang. Dalam model bisnis digital, marketplace besar sering kali menggunakan kontrak adhesi, di mana UMKM harus menyetujui seluruh ketentuan yang telah ditetapkan tanpa memiliki ruang untuk mengajukan keberatan atau perubahan. Kontrak seperti ini dapat berisiko merugikan UMKM, terutama jika terdapat klausul yang tidak adil, seperti pemotongan komisi yang besar, perubahan kebijakan secara sepihak, atau pembatasan akses terhadap data pelanggan. Jika kontrak adhesi tidak diatur dengan baik oleh hukum, maka pihak yang lebih lemah akan selalu

berada dalam posisi yang merugikan. Oleh karena itu, dalam konteks hukum bisnis digital, diperlukan regulasi yang lebih ketat untuk membatasi penyalahgunaan kontrak adhesi oleh perusahaan besar. Salah satu cara untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menerapkan standar minimum dalam kontrak bisnis digital yang melibatkan UMKM, sehingga perusahaan besar tidak dapat menyusun kontrak secara sepihak tanpa mempertimbangkan dampak terhadap pihak yang lebih kecil.

Selain itu, Roscoe Pound (1959) dalam Teori Perlindungan Konsumen menyoroti bahwa meskipun UMKM adalah pelaku usaha, dalam hubungan bisnis dengan perusahaan besar mereka sering kali berada dalam posisi yang lebih lemah, hampir setara dengan konsumen yang membutuhkan perlindungan hukum khusus. Dalam konteks bisnis digital, banyak UMKM yang bergantung pada marketplace untuk menjalankan bisnisnya, sehingga marketplace memiliki kendali besar atas keberlangsungan usaha mereka. Tanpa perlindungan hukum yang jelas, UMKM bisa menjadi korban eksploitasi bisnis, seperti perubahan kebijakan yang mendadak, pembatasan akses ke pasar, atau penghapusan akun secara sepihak. Oleh karena itu, dalam hukum bisnis digital, perlu adanya pendekatan yang lebih progresif untuk melindungi UMKM dari praktik bisnis yang tidak adil. Regulasi seperti Digital Markets Act (DMA) di Uni Eropa telah mengakui pentingnya perlindungan bagi pelaku usaha kecil dalam ekosistem bisnis digital, dengan mewajibkan transparansi dalam kontrak serta melarang penyalahgunaan dominasi pasar oleh perusahaan teknologi besar. Konsep ini dapat menjadi model bagi Indonesia dalam merancang regulasi yang lebih adil bagi UMKM dalam bisnis digital. Dengan penerapan regulasi yang lebih ketat dan perlindungan hukum yang lebih kuat, UMKM dapat memiliki daya tawar yang lebih baik dalam kontrak bisnis digital, sehingga dapat bersaing secara lebih sehat dan berkelanjutan di era ekonomi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode normatif-yuridis, yang berfokus pada analisis hukum terhadap peraturan yang berlaku terkait kontrak bisnis digital dan perlindungan UMKM dalam ekosistem bisnis digital di Indonesia. Pendekatan analisis regulasi digunakan untuk mengkaji berbagai peraturan yang relevan, termasuk UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang mengatur tentang mekanisme perdagangan melalui sistem elektronik, serta UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang memberikan dasar hukum dalam melindungi hak-hak pelaku usaha kecil terhadap praktik bisnis yang merugikan. Selain itu, peraturan khusus terkait bisnis digital, seperti Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, juga dikaji untuk memahami bagaimana regulasi yang ada saat ini mengatur transaksi digital dan hubungan kontraktual antara UMKM dengan perusahaan marketplace besar. Untuk memperkuat temuan hukum, penelitian ini juga melakukan pendekatan studi kasus dengan meneliti berbagai contoh permasalahan kontrak bisnis digital yang melibatkan UMKM di Indonesia. Studi kasus ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola ketimpangan dalam perjanjian bisnis digital, seperti penerapan kontrak adhesi oleh marketplace, perubahan kebijakan sepihak yang merugikan UMKM, serta hambatan hukum yang dihadapi UMKM dalam menyelesaikan sengketa dengan platform digital. Dengan mengamati kasus-kasus nyata, penelitian ini dapat memberikan gambaran lebih konkret mengenai dampak regulasi yang ada terhadap pelaku UMKM serta mengidentifikasi celah hukum yang perlu diperbaiki. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode perbandingan hukum untuk menelaah bagaimana negara-negara lain, seperti Uni Eropa dan Singapura, telah mengembangkan regulasi yang lebih komprehensif dalam melindungi pelaku usaha kecil dalam bisnis digital. Di Uni Eropa, misalnya, Digital Markets Act (DMA) telah diterapkan untuk memastikan keseimbangan antara pelaku usaha kecil dan platform digital besar dengan mengatur transparansi algoritma serta larangan praktik bisnis yang eksploitatif. Sementara itu, Singapura memiliki Fair Trading Act, yang dirancang untuk melindungi pelaku

usaha kecil dari praktik bisnis yang tidak adil oleh perusahaan besar. Dengan membandingkan regulasi di Indonesia dengan negara-negara yang lebih maju dalam perlindungan hukum bagi UMKM, penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi hukum yang dapat diterapkan dalam konteks Indonesia guna meningkatkan perlindungan bagi UMKM dalam ekosistem bisnis digital. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas dalam memahami permasalahan kontrak bisnis digital yang dihadapi UMKM serta memberikan rekomendasi konkret untuk pembaruan regulasi yang lebih adil dan berimbang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sistem hukum Indonesia, kontrak bisnis digital diakui sebagai bagian dari transaksi hukum yang sah dan tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Salah satu dasar hukum yang mengatur kontrak bisnis secara umum adalah KUH Perdata Pasal 1320, yang menetapkan empat syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu kesepakatan antara para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, suatu objek tertentu, dan sebab yang halal. Dalam konteks bisnis digital, aturan ini tetap berlaku, dengan tambahan pengakuan terhadap validitas kontrak elektronik sebagaimana diatur dalam UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ITE menegaskan bahwa perjanjian yang dibuat dalam bentuk elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian tertulis konvensional. Namun, dalam praktiknya, penerapan kontrak digital bagi UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam ketimpangan daya tawar antara UMKM dan platform digital yang dominan. Banyak UMKM yang terpaksa menyetujui kontrak adhesi yang disusun sepihak oleh marketplace, tanpa memiliki kesempatan untuk melakukan negosiasi. Hal ini bertentangan dengan prinsip kebebasan berkontrak yang idealnya memberikan kesetaraan dalam pembuatan perjanjian bisnis.

Regulasi lebih lanjut mengenai perdagangan digital diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP No. 80/2019), yang menetapkan bahwa platform marketplace memiliki kewajiban untuk menyediakan perjanjian yang adil bagi para penjual. Regulasi ini bertujuan untuk menciptakan transaksi elektronik yang transparan dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha, termasuk UMKM. Salah satu poin penting dalam PP No. 80/2019 adalah adanya kewajiban bagi penyelenggara e-commerce untuk memberikan informasi yang jelas mengenai syarat dan ketentuan transaksi, termasuk hak dan kewajiban masing-masing pihak. Namun, peraturan ini masih bersifat umum dan belum secara spesifik membahas ketimpangan dalam kontrak digital yang sering merugikan UMKM. Misalnya, dalam beberapa kasus, marketplace mengubah kebijakan komisi atau algoritma penayangan produk secara sepihak, yang berdampak signifikan terhadap pendapatan UMKM tanpa adanya mekanisme keberatan atau negosiasi dari pihak penjual. Dengan tidak adanya regulasi yang secara eksplisit melindungi hak-hak UMKM dalam kontrak bisnis digital, ketidakseimbangan daya tawar antara UMKM dan marketplace besar semakin memperlebar jurang ketidakadilan dalam ekosistem perdagangan digital.

Selain itu, meskipun regulasi yang ada telah memberikan kerangka hukum bagi transaksi bisnis digital, belum ada aturan yang secara tegas membatasi praktek penyalahgunaan dominasi pasar oleh marketplace besar. Beberapa marketplace memberlakukan kebijakan yang tidak transparan, seperti penghapusan produk UMKM dari pencarian tanpa pemberitahuan yang jelas, atau menetapkan biaya iklan yang tinggi agar produk mereka dapat muncul di hasil pencarian teratas. Dalam beberapa kasus, marketplace bahkan ikut bersaing dengan UMKM dengan menjual produk serupa melalui sistem "private label", yang sering kali lebih diutamakan dalam algoritma pencarian dibandingkan produk dari UMKM. Hal ini menimbulkan dilema bagi UMKM karena mereka tidak memiliki opsi lain selain tetap bergantung pada marketplace tersebut, meskipun dalam kondisi yang tidak menguntungkan.

Beberapa negara seperti Uni Eropa telah mengadopsi regulasi Digital Markets Act (DMA) untuk membatasi penyalahgunaan dominasi pasar oleh perusahaan teknologi besar dan memastikan bahwa pelaku usaha kecil tetap memiliki kesempatan yang adil untuk berkompetisi. Indonesia dapat mengadopsi pendekatan serupa dengan merancang regulasi yang secara eksplisit melindungi UMKM dari praktik bisnis yang tidak transparan dan eksploitatif oleh marketplace besar.

Dalam menghadapi tantangan ini, diperlukan pembaruan regulasi yang lebih spesifik guna memastikan bahwa kontrak bisnis digital yang melibatkan UMKM berjalan secara lebih adil. Salah satu solusinya adalah dengan mewajibkan marketplace untuk menyusun perjanjian standar yang memberikan perlindungan bagi UMKM, termasuk transparansi dalam komisi, akses terhadap data pelanggan, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih mudah diakses oleh pelaku usaha kecil. Pemerintah juga dapat menerapkan kebijakan "Fair Trading Guidelines" yang mewajibkan marketplace untuk memberikan notifikasi sebelum melakukan perubahan kebijakan yang berdampak pada mitra UMKM. Selain itu, perlu ada badan pengawas independen yang dapat menangani keluhan UMKM terkait kontrak bisnis digital, sehingga ada mekanisme hukum yang jelas untuk menyelesaikan sengketa antara UMKM dan marketplace. Dengan adanya regulasi yang lebih rinci dan perlindungan hukum yang lebih kuat, UMKM dapat memiliki posisi tawar yang lebih baik dalam kontrak bisnis digital, serta dapat bersaing secara lebih sehat di dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia yang terus berkembang.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam ekosistem bisnis digital adalah kontrak adhesi, yaitu kontrak yang disusun secara sepihak oleh marketplace tanpa memberikan ruang bagi UMKM untuk melakukan negosiasi. Kontrak jenis ini sering kali menguntungkan pihak marketplace dengan memberikan mereka wewenang penuh untuk mengubah syarat dan ketentuan tanpa harus mendapatkan persetujuan dari mitra UMKM. Dalam banyak kasus, UMKM yang ingin berjualan di marketplace besar harus menerima semua ketentuan yang sudah ditetapkan tanpa ada opsi untuk melakukan penyesuaian sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Hal ini sangat merugikan karena UMKM tidak memiliki fleksibilitas dalam mengelola bisnisnya dan sering kali terjebak dalam perjanjian yang dapat menghambat pertumbuhan usaha mereka. Pasal 1320 KUH Perdata yang mengatur tentang kebebasan berkontrak seharusnya memberikan ruang bagi para pihak untuk bernegosiasi secara adil, tetapi dalam praktiknya, marketplace dengan kekuatan ekonomi yang dominan dapat memaksakan kontrak adhesi kepada UMKM, membuat posisi mereka menjadi sangat lemah dalam hubungan bisnis digital. Tanpa adanya regulasi yang lebih ketat untuk mengontrol kontrak adhesi ini, UMKM akan terus mengalami kesulitan dalam memperoleh perjanjian yang adil dan menguntungkan dalam ekosistem digital.

Selain ketimpangan dalam kontrak, algoritma yang tidak transparan juga menjadi salah satu masalah besar bagi UMKM dalam bisnis digital. Marketplace sering kali mengubah kebijakan algoritma tanpa pemberitahuan yang jelas, yang berdampak langsung pada visibilitas dan penjualan produk UMKM. Dalam sistem marketplace, produk yang muncul di pencarian atau rekomendasi pelanggan sangat bergantung pada algoritma platform tersebut. Ketika terjadi perubahan dalam sistem pemeringkatan atau tampilan produk, UMKM bisa tiba-tiba kehilangan pelanggan tanpa mengetahui penyebabnya. Beberapa marketplace juga menerapkan sistem berbayar yang memungkinkan produk yang membayar lebih untuk mendapatkan posisi lebih strategis dalam pencarian, yang membuat UMKM kesulitan bersaing dengan merek besar yang memiliki anggaran lebih besar untuk pemasaran digital. Selain itu, marketplace juga memiliki wewenang untuk mempromosikan produk mereka sendiri atau produk dari mitra strategis mereka dengan lebih dominan dibandingkan produk dari UMKM lokal. Kurangnya transparansi dalam pengelolaan algoritma ini menciptakan ketidakpastian

bagi UMKM dalam merancang strategi pemasaran mereka, serta dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat di antara pelaku usaha yang berjualan di platform digital.

Tantangan lain yang dihadapi UMKM dalam kontrak digital adalah biaya dan komisi yang tinggi, yang sering kali tidak diungkapkan secara transparan dalam perjanjian awal. Marketplace biasanya menetapkan komisi untuk setiap transaksi yang dilakukan oleh penjual, tetapi dalam beberapa kasus, besaran komisi ini bisa berubah sewaktu-waktu tanpa adanya negosiasi atau pemberitahuan yang memadai. Selain komisi penjualan, marketplace juga sering mengenakan berbagai biaya tambahan, seperti biaya layanan, biaya iklan, atau biaya penalti bagi UMKM yang tidak memenuhi standar tertentu yang ditetapkan oleh platform. Dalam beberapa kasus, marketplace juga mewajibkan UMKM untuk mengikuti program promosi atau diskon dengan biaya yang dibebankan langsung kepada mereka, meskipun program tersebut tidak selalu menguntungkan bagi UMKM. Akibatnya, margin keuntungan yang diperoleh UMKM semakin menipis, sementara marketplace tetap mendapatkan keuntungan yang besar dari setiap transaksi yang terjadi di platform mereka. Praktik bisnis semacam ini membuat UMKM semakin kesulitan dalam mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan, karena mereka harus menghadapi berbagai beban biaya yang tidak selalu diantisipasi sejak awal. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang lebih jelas terkait transparansi komisi dan biaya yang dikenakan kepada UMKM dalam kontrak bisnis digital agar tidak terjadi eksploitasi ekonomi oleh platform digital yang lebih dominan.

Tantangan hukum lainnya adalah kurangnya mekanisme penyelesaian sengketa bagi UMKM yang mengalami permasalahan dengan marketplace. Dalam banyak kasus, ketika terjadi sengketa antara UMKM dan marketplace, penyelesaian sering kali berpihak kepada marketplace karena mereka memiliki kendali penuh atas sistem dan data transaksi. Beberapa UMKM mengalami pemblokiran akun atau penghapusan produk mereka tanpa penjelasan yang jelas, dan ketika mereka mencoba mengajukan banding atau protes, prosesnya sering kali rumit dan memakan waktu yang lama tanpa jaminan penyelesaian yang adil. Sistem penyelesaian sengketa yang disediakan oleh marketplace sering kali hanya berbasis otomatisasi, di mana keluhan UMKM ditangani oleh chatbot atau sistem tiket tanpa adanya intervensi manusia yang objektif. Dalam beberapa kasus, UMKM yang berusaha menuntut haknya di pengadilan harus menghadapi biaya hukum yang tinggi serta proses hukum yang kompleks, yang membuat mereka akhirnya memilih untuk menyerah dan menerima kerugian. Hal ini menunjukkan bahwa sistem penyelesaian sengketa yang ada saat ini masih belum berpihak kepada UMKM sebagai pihak yang lebih lemah dalam hubungan bisnis digital. Oleh karena itu, pemerintah perlu mempertimbangkan pembuatan regulasi yang mengatur mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih adil dan mudah diakses bagi UMKM, misalnya dengan membentuk lembaga arbitrase digital independen yang dapat menangani keluhan UMKM terhadap marketplace dengan lebih transparan dan berkeadilan. Dengan adanya mekanisme hukum yang lebih efektif, UMKM dapat lebih terlindungi dari praktik bisnis yang merugikan dalam kontrak digital dan memiliki jaminan hukum yang lebih kuat dalam menjalankan bisnis mereka di platform digital.

Dalam upaya melindungi UMKM dari praktik bisnis digital yang tidak adil, beberapa negara telah mengambil langkah lebih maju dengan menerapkan regulasi yang lebih spesifik dan berpihak kepada pelaku usaha kecil. Uni Eropa, misalnya, telah mengesahkan Digital Markets Act (DMA) pada tahun 2022, yang bertujuan untuk menciptakan pasar digital yang lebih adil dan mencegah praktik bisnis eksploitatif yang dilakukan oleh platform digital besar. Regulasi ini mengatur transparansi kontrak antara marketplace dan pelaku usaha kecil, memastikan bahwa tidak ada perubahan kebijakan yang merugikan UMKM yang dapat dilakukan secara sepihak oleh platform digital. DMA juga mengatur agar marketplace tidak boleh memprioritaskan produk atau layanan mereka sendiri di atas produk dari pelaku usaha kecil yang menggunakan platform tersebut. Dengan adanya regulasi ini, UMKM di Uni Eropa

memiliki perlindungan yang lebih kuat terhadap kemungkinan diskriminasi yang dilakukan oleh marketplace, serta memperoleh akses yang lebih setara dalam sistem pencarian dan algoritma rekomendasi yang digunakan oleh platform. Jika regulasi serupa diterapkan di Indonesia, UMKM akan mendapatkan kepastian hukum yang lebih baik dalam menjalankan bisnis digital mereka tanpa harus khawatir terhadap perubahan kebijakan sepihak yang dapat merugikan usaha mereka.

Singapura juga telah mengambil langkah lebih proaktif dalam melindungi UMKM dari praktik bisnis yang tidak adil dengan memberlakukan Fair Trading Act. Undang-undang ini melarang kontrak sepihak yang merugikan pelaku usaha kecil, memastikan bahwa setiap perjanjian bisnis digital antara UMKM dan marketplace harus memberikan hak yang setara bagi kedua belah pihak. Marketplace di Singapura diwajibkan untuk menyusun kontrak bisnis yang jelas, transparan, dan tidak memberatkan pihak yang lebih lemah, serta memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menegosiasikan syarat dan ketentuan yang lebih adil. Selain itu, pemerintah Singapura juga menerapkan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih sederhana dan mudah diakses oleh UMKM, dengan menyediakan layanan arbitrase digital yang membantu menyelesaikan konflik antara UMKM dan marketplace tanpa harus melalui proses hukum yang panjang dan mahal. Dengan adanya perlindungan ini, pelaku usaha kecil di Singapura memiliki posisi yang lebih kuat dalam negosiasi kontrak bisnis digital, serta memiliki mekanisme hukum yang dapat mereka andalkan jika terjadi ketimpangan dalam hubungan bisnis dengan platform digital besar.

Di Amerika Serikat, beberapa negara bagian telah memberlakukan Small Business Protection Act, yang bertujuan untuk memberikan hak bagi UMKM dalam menegosiasikan kontrak dengan marketplace besar. Berbeda dengan regulasi di Uni Eropa dan Singapura yang lebih fokus pada transparansi dan perlindungan dalam kontrak, regulasi di Amerika Serikat lebih menekankan pada hak bernegosiasi dan perlindungan terhadap penyalahgunaan kekuatan pasar oleh perusahaan teknologi besar. Marketplace di Amerika Serikat diwajibkan untuk menyediakan opsi negosiasi kontrak bagi UMKM, sehingga tidak ada kontrak adhesi yang dapat diterapkan tanpa adanya kesempatan bagi pelaku usaha kecil untuk mengajukan perubahan terhadap syarat yang mereka anggap tidak adil. Selain itu, Small Business Protection Act juga mewajibkan pemerintah untuk melakukan audit berkala terhadap kebijakan bisnis marketplace, guna memastikan bahwa mereka tidak melakukan praktik diskriminatif terhadap pelaku usaha kecil. Pendekatan ini lebih bersifat intervensif dibandingkan regulasi di negara lain, karena melibatkan pengawasan aktif dari regulator pemerintah terhadap kebijakan bisnis marketplace. Jika diterapkan di Indonesia, pendekatan ini dapat memberikan kontrol yang lebih ketat terhadap praktik bisnis digital dan mencegah marketplace dari melakukan perubahan kebijakan yang merugikan UMKM tanpa pengawasan yang jelas.

Dari perbandingan ini, terlihat bahwa Indonesia masih perlu mengembangkan regulasi yang lebih spesifik dan progresif untuk melindungi UMKM dalam kontrak bisnis digital. Saat ini, regulasi di Indonesia masih bersifat umum dan tidak secara eksplisit memberikan perlindungan terhadap ketimpangan dalam kontrak bisnis digital. Berbeda dengan Uni Eropa yang sudah menerapkan regulasi transparansi kontrak, atau Singapura yang sudah memiliki aturan larangan kontrak sepihak, Indonesia masih belum memiliki regulasi yang mengatur secara khusus bagaimana marketplace harus memperlakukan UMKM dalam penyusunan kontrak bisnis digital. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia dapat mengadopsi model regulasi dari Uni Eropa untuk meningkatkan transparansi dalam kontrak digital, dari Singapura untuk melarang praktik kontrak sepihak, dan dari Amerika Serikat untuk memberikan hak bernegosiasi bagi UMKM. Dengan adanya regulasi yang lebih spesifik, UMKM di Indonesia akan memiliki kepastian hukum yang lebih kuat dalam menjalankan bisnis digital, serta dapat bersaing dalam ekosistem digital yang lebih sehat dan adil.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa kontrak bisnis digital bagi UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan hukum yang signifikan. Ketimpangan dalam perjanjian kontrak digital, dominasi marketplace dalam menentukan kebijakan secara sepihak, serta minimnya mekanisme penyelesaian sengketa menjadi masalah utama yang merugikan UMKM dalam menjalankan bisnisnya di ekosistem digital. Regulasi yang ada saat ini, seperti KUH Perdata, UU ITE, dan PP No. 80 Tahun 2019, belum secara spesifik memberikan perlindungan yang cukup bagi UMKM, terutama dalam menghadapi kontrak adhesi dan praktik bisnis yang tidak transparan. Dibandingkan dengan negara lain seperti Uni Eropa, Singapura, dan Amerika Serikat, Indonesia masih tertinggal dalam hal regulasi yang mengatur keadilan dalam kontrak bisnis digital. Negara-negara tersebut telah menerapkan regulasi yang lebih ketat untuk mencegah praktik bisnis yang merugikan pelaku usaha kecil, seperti transparansi kontrak, larangan perubahan kebijakan sepihak, hak bernegosiasi, serta pengawasan langsung dari regulator pemerintah. Oleh karena itu, perlu adanya reformasi regulasi dalam sistem hukum bisnis digital di Indonesia guna menciptakan lingkungan yang lebih adil dan kondusif bagi pertumbuhan UMKM di era ekonomi digital.

Untuk mengatasi berbagai tantangan hukum yang dihadapi UMKM dalam kontrak bisnis digital, pemerintah Indonesia perlu mengembangkan regulasi yang lebih spesifik dan progresif dalam melindungi pelaku usaha kecil dari praktik bisnis digital yang merugikan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan regulasi yang mewajibkan marketplace untuk menyediakan kontrak standar yang transparan dan adil, termasuk larangan terhadap perubahan kebijakan sepihak yang dapat merugikan UMKM. Selain itu, diperlukan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efektif dan mudah diakses oleh UMKM, misalnya melalui pembentukan lembaga arbitrase digital independen yang dapat menyelesaikan perselisihan antara UMKM dan marketplace secara cepat dan efisien. Pemerintah juga perlu melakukan audit berkala terhadap kebijakan bisnis digital yang diterapkan oleh marketplace untuk memastikan bahwa mereka tidak menyalahgunakan dominasi pasar dan tetap menjalankan praktik bisnis yang sehat serta adil bagi semua pihak. Selain regulasi, edukasi hukum bagi UMKM juga harus ditingkatkan, agar pelaku usaha kecil lebih memahami hak-hak mereka dalam kontrak bisnis digital dan dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih bijaksana. Dengan adanya reformasi regulasi yang komprehensif dan perlindungan hukum yang lebih kuat, UMKM di Indonesia akan memiliki posisi tawar yang lebih baik dalam bisnis digital, sehingga dapat berkembang dan bersaing secara lebih sehat dalam ekosistem ekonomi digital yang terus berkembang pesat.

REFERENSI

- Ade Pratiwi Susanty. (2017). *Perlindungan hukum terhadap kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah atas pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN*. Jurnal Hukum Republica, 16(2), 313–332.
- Alifia Fisilmi Kaffah & Siti Malikhatun Badriyah. (2024). *Aspek hukum dalam perlindungan bisnis era digital di Indonesia*. LEX Renaissance, 9(1), 203–228. <https://doi.org/10.20885/JLR.vol9.iss1.art10>
- Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN). (n.d.). *Analisis dan evaluasi hukum usaha mikro, kecil, dan menengah*. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. https://bphn.go.id/data/documents/analisis_dan_evaluasi_hukum_usaha_mikro_kecil_dan_menengah.pdf
- Dyah Ayu Artanti & Men Wih Widiatno. (2020). *Keabsahan kontrak elektronik dalam Pasal 18 Ayat 1 UU I.T.E ditinjau dari hukum perdata di Indonesia*. JCA of Law, 1(1), 88. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-21984-11_1871.pdf

- Erin Oktaviana Winarta Putri. (2024). *Transformasi kontrak dalam era digital: Tantangan hukum bisnis dalam transaksi elektronik di bisnis sewa kebaya online* (Tesis Magister, Universitas Islam Sultan Agung).
- European Commission. (n.d.). *Digital Markets Act (DMA)*. Retrieved from https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, Mei 12). *Dorong UMKM naik kelas dan go export, pemerintah siapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- Norton Rose Fulbright. (n.d.). *Competition law fact sheet: Singapore*. Retrieved from <https://www.nortonrosefulbright.com/en/knowledge/publications/0b3fc41b/competition-law-fact-sheet-singapore>